



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**



**FUNDAMENTOS JURÍDICOS PARA CONSIDERAR A LOS  
VENEDORES DE COSMÉTICOS POR CATÁLOGO, QUE TIENEN LA  
CATEGORÍA DE LÍDERES EN VENTAS DE NATURA, COMO  
TRABAJADORES DEL RÉGIMEN LABORAL PRIVADO**

**TESIS**

**Para Obtener el Título Profesional de**

**ABOGADO**

**Presentada por la Bachiller**  
**DIANA CAMILA AGUILAR CASTAÑEDA**

**ASESOR**

**Abg. FRANKLIN VALDIVIA DÍAZ**

**CAJAMARCA - PERÚ**  
**2020**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>IV</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>V</b>
<b>LISTA DE ABREVIACIONES.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABASTRAC.....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>12</b>
1.1.    Contextualización del Problema .....	12
1.2.    Planteamiento del problema.....	20
1.3.    Formulación del problema.....	20
1.4.    JUSTIFICACIÓN .....	21
1.5.    ÁMBITO .....	22
1.1.1. Espacial .....	22
1.1.2. Temporal .....	22
1.6.    TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	22
1.6.1. De acuerdo al fin que persigue .....	22
1.6.2. De acuerdo al diseño de investigación .....	23
1.7.    HIPÓTESIS.....	24
1.8.    OBJETIVOS .....	24
1.8.1. Objetivo General.....	24
1.8.2. Objetivos Específicos .....	25
1.9.    MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	26
1.9.1. Genéricos.....	26
1.9.2. Propios del derecho.....	26

<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	30
2.1. NOCIONES GENERALES DEL DERECHO DEL TRABAJO .....	30
2.1.1. Breve reseña histórica del Derecho Laboral.....	30
2.1.2. Definición del Derecho del Trabajo.....	32
2.1.3. Características del Trabajo.....	33
2.1.4. Elementos clásicos de la relación laboral.....	35
2.1.5. Fuentes del derecho del trabajo .....	39
2.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS, Y TRANSFORMACIONES DEL DERECHO DEL TRABAJO .....	41
2.2.1. Huida del Derecho del Trabajo .....	41
2.2.2. El poder de dirección y el uso de nuevas tecnología .....	63
2.2.3. La Subordinación en las nuevas plataformas de servicios .....	64
2.3. VENTAS POR CATÁLOGO.....	73
2.3.1. Antecedentes históricos de las ventas por catálogo.....	73
2.3.2. Definición de catálogo.....	79
2.3.3. Sistema de venta directo.....	80
2.3.4. Ventas multinivel. ....	81
2.3.5. El crecimiento y ganancia de las Ventas por catálogo en el Perú.....	82
2.3.6. Estructura en las ventas por catálogo de Natura.....	83
2.4. ASPECTOS NORMATIVOS.....	100
2.4.1. CONVENIOS APLICABLES DE LA OIT .....	100
2.4.1.2. La Recomendación 198 sobre Relación de Trabajo del 2006 .....	108
2.4.1.3. Informe de la Organización Internacional del Trabajo, en adelante OIT. (2016) Empleo atípico en el mundo: Retos y Perspectivas. ....	111
2.4.2. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ.....	114
2.4.3. LEY DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD LABORAL .....	115
2.4.4. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	119

<b>CAPÍTULO III: DISCUSIÓN Y RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	128
3.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	121
3.1.1. Se configura la prestación personal de servicios .....	121
3.1.2. Existe una contraprestación económica de carácter remunerativo .....	130
3.1.3. Se materializan las características de subordinación.....	137
3.1.4. Se evidencian indicios de laboralidad .....	147
<b>3.2. Conclusiones</b> .....	166
<b>Lista de Referencias</b> .....	171

## **DEDICATORIA**

**Este trabajo está dedicado a todas las líderes en ventas de empresas de cosméticos, para que su trabajo por fin deje de ser invisible ante los ojos del derecho laboral.**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi madre Doris Castañeda Abanto y mi asesor el Dr. Franklin Valdivia Díaz, les agradezco profundamente no solo por su paciencia, orientación y predisposición para realizar el presente trabajo de investigación sino también por su gran contribución en mi formación académica.

**LISTA DE ABREVIACIONES**

Art. : Artículo

C.P.P. : Constitución Política del Perú

O.I.T. : Organización Internacional del Trabajo

L.P.C.L. : Ley de Productividad y Competitividad Laboral

T.U.O. : Texto Único Ordenado

TRADE : Trabajo Autónomo Económicamente Dependiente

## RESUMEN

Actualmente existen situaciones de trabajo dependiente que no se encuentran contempladas por el Derecho Laboral, la doctrina las ha denominadas como zonas grises del derecho del trabajo, en ese sentido, el presente trabajo investiga la situación laboral en la que se encuentran las vendedoras de cosmético por catálogo de la empresa Natura, este tipo de actividades se rigen por un sistema de ventas multinivel en el cual, existen varias categorías de ventas que las colaboradoras pueden ir escalando a medida de su desempeño y progresividad en las ventas; sin perjuicio de ello existe un nivel que llama mucho la atención en el presente estudio, esta categoría se encuentra ocupada por las denominadas líderes en ventas de Natura, quienes de forma permanente y continua se dedican a tiempo completo a la realización varias prestaciones de servicios, que van más allá de la simple venta de productos mediante llamativos catálogos, a favor de la empresa Natura a cambio de una retribución económica.

En concreto, la situación de las vendedoras por catálogo que tienen la categoría de líderes en venta de productos Natura es estudiada, analizada y desarrollada bajo una mirada un poco más flexible del derecho del Trabajo, con la intención de demostrar la existencia los elementos fundamentales de las relaciones de trabajo y de proponer otros de indicios de laboralidad que permitan el reconocimiento legislativo al trabajo dependiente que realizan las líderes en favor de Natura.

## **ABSTRACT**

Currently there are situations of dependent work that are not contemplated by Labor Law, the doctrine has called them gray areas of labor law, in this sense, this work investigates the labor situation in which cosmetic vendors are found by Natura company catalog, this type of activities are governed by a multi-level sales system in which there are several sales categories that the collaborators can scale according to their performance and progressivity in sales; Notwithstanding this, there is a level that draws much attention in this study, this category is occupied by the so-called leaders in sales of Natura, who permanently and continuously dedicate themselves full time to carrying out various services, that go beyond the simple sale of products through striking catalogs, in favor of the company Natura in exchange for economic remuneration.

Specifically, the situation of catalog vendors who have the category of leaders in the sale of Natura products is studied, analyzed and developed under a slightly more flexible view of Labor law, with the intention of demonstrating the existence of the fundamental elements of working relationships and proposing other signs of employment that allow legislative recognition of dependent work carried out by leaders in favor of Natura.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo siempre ha estado condicionado a los sistemas productivos y a la economía imperante de cada época, por ello el surgimiento del derecho del trabajo como tal estuvo ligado al fenómeno de revolución industrial que se vivió a mediados del siglo XIX, en aquella época las personas laboraban en grandes fábricas, con faenas muchas veces extenuantes y bajo constante supervisión de su empleador o del personal de confianza que este designe, todo ello a cambio de una remuneración económica; en ese contexto surgieron los elementos característicos de las relaciones laborales dependientes, pues tanto la prestación personal de servicios como la subordinación y la remuneración eran evidentemente visibles.

Sin perjuicio de ello el tiempo ha ido avanzando cada vez más y ha traído consigo grandes cambios sociales, económicos y tecnológicos dando paso al fenómeno de la globalización; este fenómeno tiene grandes repercusiones en el mercado, en la economía y consecuentemente en el derecho del trabajo, ello implica que a diferencia de la era industrial, la economía ya no se basa o centra en la industria, mientras que en la actualidad la economía imperante ya no solo se centraliza en las industrias sino que también se focaliza en los servicios y las plataformas por internet, ahora bien para poder subsistir y mantenerse dentro de esta revolución tecnológica, estas economías necesitan innovar diferentes formas de trabajo, que tienen como eje central el uso de la tecnología y la flexibilización laboral, por ello resulta más difícil detectar la presencia de la prestación de servicios, así también la subordinación se torna mucho más sutil y casi imperceptible, lo mismo sucede con la remuneración la cual muchas se encuentra

limitada a un sistema de incentivos e incluso bajo una fachada de una supuesta autonomía económica.

Una de estos nuevos sistemas de producción es el sistema de ventas multinivel de Natura, esta empresa tiene como rubro principal la venta de cosméticos mediante catálogos, y para ello ha diseñado un sistema de ventas multinivel, el mismo que se encuentra estructurado en diversas categorías y se rige por la asignación distintas tareas a las vendedoras que se encuentren en cada nivel. Lo llamativo del mencionado sistema es la situación y las actividades que realizan las vendedoras por catálogo que se encuentran en la categoría de líderes en ventas de Natura, pues resulta que, aun cuando su empleador pretenda encubrir la realidad subyacente sobre las labores que estas realizan, bajo la fachada de trabajo autónomo, lo real es que las vendedoras por catálogo que tienen el rango de líderes realizan una prestación de trabajo a favor de Natura a cambio de una contraprestación económica.

En ese sentido lo que busca la presente investigación es analizar minuciosamente e interpretar la situación de las líderes, en base los nuevos sistemas productivos y a las nuevas tendencias contemporáneas del derecho del trabajo, de tal manera que sea posible detectar la posible existencia de una relación jurídica laboral dependiente entre las líderes y Natura.

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS**

### **1.1. Contextualización del Problema**

Desde los inicios de la humanidad el trabajo siempre ha estado presente, en las culturas antiguas como la romana y la griega se consideraba al trabajo como una actividad reservada solo para los esclavos, se basaba en la existencia de una relación de propiedad sobre el sujeto que desarrollaba el trabajo, por eso el esclavo no era considerado como una persona; sino más bien como una cosa, una especie de mercancía viva, de la cual el señor podía servirse directamente o incluso transferirla a su libre albedrío (Raymond, 2013).

En la edad media la concepción y valorización del trabajo no difiere mucho de la esclavitud, en aquella época la sociedad feudal sustentó sus bases del trabajo en el régimen de la servidumbre, el cual podría definirse en una relación de dependencia entre siervo y señor, el primero le debía al segundo fidelidad y trabajo a cambio de protección y usufruto de la tierra, de esta manera que el siervo ya no es percibido como una cosa a diferencia del esclavo; aunado a ello está quizá el elemento más importante de la relación, esto es que el siervo era libre, haciéndose acreedor de un estatus personal.

Hasta ese momento no se podía hablar de un Derecho del Trabajo como tal, menos aun de los derechos que este abarca; no es hasta la

llegada de la Revolución Industrial que dio paso al nacimiento de lo que se denomina Derecho del Trabajo o Derecho Laboral, la revolución Industrial empezó a mediados del siglo XIX y terminó a principios del siglo XX; durante este periodo se realizaron grandes inventos, tales como: la pila, la luz eléctrica, el transporte público, la industria textil, entre otros; todo esto generó grandes fuentes de trabajo, por eso aparecieron dos clases sociales: los burgueses y la clase obrera, los primeros representaban el capital, además eran considerados como grandes inversionistas y empresarios; por su parte los obreros, eran personas de escasos recursos económicos, muchos de ellos migraron del campo a la ciudad en busca de mejores oportunidades y empleos, llegando a trabajar en las fábricas de los burgueses, muchas veces bajo condiciones abusivas y explotadoras, como por ejemplo: jornadas extenuantes de quince horas de trabajo, salarios bajos, carentes o ausentes condiciones de seguridad, razón por la cual ocasionaron muchos accidentes de trabajo; los centros de trabajo o las fábricas no cumplían con los ambientes apropiados para el desarrollo de sus labores, por eso la precariedad, el hacinamiento y la insalubridad en el trabajo era una constante en los obreros de aquella época.

En consecuencia, del deplorable estado en que se vio sumida la clase obrera se produjo una brecha social que daría paso al origen de un conflicto: Capital V/S trabajo asalariado; la expansión del proletariado y su concentración en las fábricas propiciaron el surgimiento de

asociaciones colectivas dispuestas a luchar contra los abusos y la explotación laboral, reclamando la intervención estatal para frenar y equilibrar la desproporción antes mencionada; a partir de ello se logra la expedición de las primeras normas estatales protectoras de los trabajadores, para tratar de equiparar o igualar en la medida en que fuera posible, la desigualdad que había entre empresario y el empleado, dando origen a la naciente disciplina del Derecho del Trabajo.

Bajo este contexto surgen los tres elementos distintivos, característicos y definitorios de las relaciones jurídicas laborales que actualmente conocemos, los cuales se encuentran regulados en la ley laboral y que también son estudiados por la doctrina clásica, ellos son: la prestación personal de servicios, subordinación y remuneración; al respecto Mujica (2004) refiere que la prestación personal de servicios, es la actividad comprometida a realizarse en el contrato de trabajo, precisando que dicha prestación debe ser directamente ejecutada por mismo trabajador, en cuanto a la subordinación esta debe ser entendida como aquel vínculo jurídico entre el trabajador y el empleador, en virtud del cual el primero le ofrece su actividad al segundo y le confiere el poder de conducirla; por último el trabajador subordinado debe ser remunerado por su empleador.

En el mismo sentido se debe tener en cuenta que, el trabajo objeto de protección del Derecho del Trabajo también debe ser un trabajo dependiente o por cuenta ajena, es decir, la actividad que ha de realizar el prestador de servicio debe estar a disposición del acreedor del trabajo, razón por la cual el segundo tendrá la titularidad del trabajo de los bienes o servicios que produzca el trabajador a cambio de una remuneración; en virtud a ello ambos se encuentran vinculados por una relación jurídica de carácter laboral plasmada en el contrato de trabajo, precisando que el trabajo por cuenta ajena importa al derecho laboral siempre y cuando sea subordinado.

Vale recalcar que los trabajos realizados durante aquella época, en su mayoría cumplían con los tres elementos y las mencionadas características de las relaciones laborales, por ello la forma clásica del trabajo, es decir relación directa entre empleador y obrero era lo más común. En la actualidad, esta forma de trabajo aún sigue siendo la que más abunda; sin embargo, a medida que avanza la globalización, los avances tecnológicos, la internacionalización del comercio y los sistemas productivos, se han ido desarrollando nuevas formas de trabajo en las que no existe una estricta relación de dependencia; sino un factor constante o una tendencia en la flexibilización en las relaciones laborales, incidiendo en todos los elementos de una relación laboral pero sobre todo en la subordinación; estas situaciones

han sido estudiado por un escaso sector de la doctrina laboral específicamente en los casos de Uber, Delibero y Globo con mayor fuerza en el elemento de subordinación que más bien, este factor se ha ido flexibilizando cada vez más, al igual que los elementos anteriormente mencionados, sobre todo la subordinación. Ante ello es preciso que el derecho intervenga y sobre todo regule los nuevos supuestos.

Otro ejemplo de los sistemas productivos contemporáneos y las nuevas modalidades de trabajo que traen consigo, son las ventas multinivel que utilizan la mayor parte de empresas dedicadas al rubro de los cosméticos, como Natura, Unique y Avon; lo visible o mejor dicho lo que quieren y dejan mostrar estas empresas ante sus clientes es la facilidad que tienen para adquirir productos desde la comodidad de su casa, mediante un catálogo y una persona encargada de mostrárselo, que en adelante llamaremos vendedores por catálogo; sin embargo la realidad subyacente de las ventas multinivel muestra una cara diferente para sus colaboradores que prestan servicios las grandes empresas de cosméticos y que conforman dicho sistema de ventas; puesto que aquí las personas son captadas bajo ilusiones e ideales que prometen, un trabajo extra en el que las colaboradoras pueden ser sus propios jefes, ganando un porcentaje en función a las ventas que realicen; una vez que aceptan este trabajo los vendedores

por catálogo ingresan a conformar la gran estructura de ventas multinivel de las empresas, en el cual se encuentran bajo la supervisión y responsabilidad, de una líder asignada de acuerdo al sector que designado por la empresa, esta última persona conforma la segunda categoría de las ventas multinivel y aunque sus actividades resulten imperceptibles para el derecho laboral y para el resto de personas, no dejan de ser esenciales para el flujo de ventas de la empresa, pues además de reclutar a más vendedoras se encargan se encargan de supervisar y monitorear las ventas que realizan las colaboradoras de su sector, para así poder llegar a la meta de ventas cada campaña; las líderes a su vez se encuentran sujetas a la supervisión de la gerente, quienes son los representantes directos de la empresa y ocupan la tercera categoría en el sistema de ventas multinivel.

Vale precisar que las actividades desarrolladas por las vendedoras de cosméticos que tienen la categoría de líderes requieren de tiempo completo, puesto que según el sector que lideren tienen varias colaboradoras bajo su cargo, muchas de ellas las llaman constantemente en varios momento del día e incluso a altas horas de la noche, no respetan horarios de refrigerio o descanso, ni días feriados bajo; además de ello, justamente por la naturaleza de las actividades realizan las líderes también se ven obligadas a visitar y monitorear constantemente las tiendas u hogares de sus

colaboradoras, en algunas ocasiones estas se niegan a cancelar las deudas de sus pedidos y ante la insistencia de las líderes para el cumplimiento de las mismas, algunas colaboradoras llegan a agredirlas psicológicamente; otra dificultad que afrontan las líderes se presenta al viajar constantemente a recibir las capacitaciones impuestas por la empresa, al realizar estos viajes corren el riesgo de algún eventual accidente en el transcurso del mismo y lamentablemente las empresas proveedoras no las cubren ni protegen con ningún seguro de vida; pese a que la mayor parte de líderes llevan trabajando varios años a favor de las empresas proveedoras.

El problema de nuevas formas de trabajo que traen consigo los actuales sistemas productivos, radica en el afán que tienen las empresas de plataforma como Glovo, Uber, Natura, entre otros; de ahorrar costos para percibir mayores, sacrificando como primera opción los costos laborales, mediante la externalización de actividades principales para el funcionamiento de la o las empresas; en el caso de las ventas por catálogo las empresas de cosméticos externalizan las ventas de cosméticos, designando a sus colaboradoras en función a la cantidad de ventas que realizan en distintas categorías de las ventas multinivel, bajo la fachada de un trabajo autónomo, cuando en realidad se revelan indicios que advierten la presencia de un trabajo dependiente pero en cubierto por las formalidades de la empresa y la

flexibilización del trabajo en los sistemas productivos como un supuesto trabajo autónomo. Esta situación ciertamente es aprovechada por la empresa, por las razones antes expuestas pero la desesperanza en la protección de estos trabajadores incrementa aún más, por la carencia de investigaciones al respecto, escaso desarrollo doctrinal y jurisprudenciales sobre el tema y ausencia de regulación en la materia; esto conlleva una triste analogía que nos lleva a reflexionar: si dentro del radio protector del derecho del trabajo existe precariedad e informalidad, fuera de este solamente puede haber desprotección, precariedad e informalidad en los trabajos.

Es por ello que la posibilidad de estos trabajadores a reclamar sus derechos laborales como un seguro de vida, vacaciones remuneradas, protección contra el despido arbitrario, estabilidad laboral, C.T.S, gratificaciones, entre otros, es completamente nula; sino no se amplían las fronteras de la concepción clásica del derecho del trabajo, no estudia, ni se regulan este tipo de situaciones; las empresas de plataformas seguirán creciendo cada vez más, aprovechando la falta de regulación y la imperante informalidad en sector laboral que sufre el país, mientras que sus trabajadores avanzarán cada vez más hacia terrenos movedizos de informalidad y falsos espejismos reflejados por la flexibilización laboral; dejando desprotegidas y relegadas a muchas personas que trabajan para estas empresas, y que deberían ser considerados trabajadores dependientes de las mismas.

## **1.2. Planteamiento del problema**

El contexto de globalización en los mercados actuales de cosméticos ha significado una dinámica en las relaciones comerciales, prueba de ello es el sistema de ventas multinivel de Natura generando. En una de las categorías de las ventas multinivel, se aprecia la presencia de personal (vendedores), para cumplir con los objetivos de la empresa, a quienes se les otorga capacitaciones, reglas de venta, materiales para el desarrollo de la actividad, posibilidad de resolver el contrato frente al incumplimiento, actividad por cuenta ajena, actividad en nombre del titular de la actividad, los cuales evidencian rasgos de subordinación; generando a su vez, una retribución económica a su favor. Por ello, es preciso determinar si dicha actividad se encuentra dentro del área del derecho laboral privado y cuáles serían los fundamentos que la sustentan.

## **1.3. Formulación del problema**

¿Cuáles son los fundamentos jurídicos para considerar a los vendedores de cosméticos por catálogo, que tienen la categoría de líderes en ventas de Natura; cómo trabajadores del régimen laboral privado?

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

En principio el derecho no puede ser ajeno a todos los fenómenos sociales y económicos que trae consigo la globalización, uno de ellos ciertamente es el tema de las conocidas ventas por comisión a través de catálogos, que realizan las empresas dedicadas al rubro del maquillaje, joyería y afines; considerando que por el éxito y la rentabilidad que perciben, este tipo de negocios están ganando y abarcando más mercados, razón por la cual resulta completamente necesario que el derecho tome cartas en el asunto, para regularizar este problema cuanto antes.

Al discutir sobre los derechos de las vendedoras por catálogos, se pondrá en tela de juicio la situación laboral de miles de personas que utilizan su tiempo y su esfuerzo para generar un ingreso personal y familiar, en ese sentido este trabajo de investigación contribuirá con el debate respecto a nuevas formas de trabajo que deberán ser reguladas en beneficio de los trabajadores.

Así también, la presente tesis importa para la generación de conocimiento doctrinario sobre las nuevas manifestaciones del trabajo que traen consigo los actuales sistemas productivos, lo cual posteriormente podría ser incorporado en la normatividad legal para el Derecho Laboral.

## 1.5. **ÁMBITO**

1.1.1. Espacial: Nacional

1.1.2. Temporal: Año de investigación 2019

## 1.6. **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### 1.6.1. **De acuerdo al fin que persigue**

**Básica.** Porque la presente investigación desarrolla fundamentos jurídicos a nivel teórico, los mismos permiten sostener las premisas hipotéticas para considerar a los vendedores por catálogo como trabajadores del régimen privado; estos se desarrollan en función al estudio de las condiciones y actividades que realizan las vendedoras por catálogo que cuentan con la categoría de líderes, sin trasladar dichas condiciones a un campo aplicativo.

### **1.6.2. De acuerdo al diseño de investigación**

**Propositiva** La presente investigación expone fundamentos claros y objetivos, ello con la finalidad de considerar a los vendedores por catálogo que cuentan la categoría de líderes en ventas de Natura como trabajadores, bajo el cumplimiento de determinados supuestos y a partir de ello proponer una disposición normativa que los reconozca como trabajadores del régimen laboral privado.

### **1.6.3. De acuerdo a los métodos y procedimientos que se utilizan**

La presenta investigación cuenta con un enfoque cualitativo, puesto que tanto el problema como la hipótesis, se sostienen en fundamentos jurídicos, teóricos y doctrinarios para considerar a los vendedores de cosméticos por catálogo, que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura como trabajadores dependientes y directos de la misma.

## **1.7. HIPÓTESIS**

Los fundamentos jurídicos para considerar a los vendedores de cosméticos por catálogo, que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura, como trabajadores del régimen laboral privado son:

- A)** Se configura una prestación personal de servicios.
- B)** Existe una contraprestación económica con carácter remunerativo.
- C)** Se materializan las características del poder de dirección empresarial.
- D)** Se evidencian indicios de laboralidad como: trabajo por cuenta ajena, uso de marcas de tercero.

## **1.8. OBJETIVOS**

### **1.8.1. Objetivo General**

Determinar cuáles son los fundamentos jurídicos para considerar a los vendedores por catálogo que tienen la categoría de líderes en ventas de Natura, cómo trabajadores del régimen laboral privado.

### **1.8.2. Objetivos Específicos**

- A)** Analizar la configuración de la prestación personal de servicios, en las actividades que realizan los vendedores de catálogo que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura.
- B)** Determinar si se materializan las características de la subordinación, en las prestaciones desarrolladas por las vendedoras de cosméticos mediante catálogos, que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura.
- C)** Evaluar si es que existe una contraprestación económica con carácter remunerativo, a favor de las vendedoras por catálogo que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura.
- D)** Proponer rasgos de laboralidad en la actividad de venta por catálogo.

## 1.9. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

### 1.9.1. Genéricos

En la presente investigación se utilizará el método **inductivo**, entendiéndolo como una estrategia de razonamiento lógico que parte de supuestos o premisas específicas para llegar a una conclusión general (Newman, 2012). En ese sentido, se analiza una situación particular que vendría a ser la situación laboral de las vendedoras por catálogo de la marca Natura, que ostentan la denominación de líderes en ventas, para determinar y proponer los fundamentos jurídicos sólidos que permitan establecer una relación jurídica laboral dependiente entre las vendedoras por catálogo que cuentan con la categoría de líderes y la empresa de cosméticos Natura.

### 1.9.2. Propios del derecho

**a) Dogmático.** Puesto que se analizó el problema y las soluciones planteadas a la luz de los nuevos sistemas productivos y la flexibilización laboral; que traen consigo aspectos desarrollados y estudiados desde puntos de vista contemporáneos en las nuevas corrientes del derecho del trabajo, con la finalidad de argumentar jurídicamente y de demostrar objetivamente la existencia de los tres elementos fundamentales de las relaciones jurídicas laborales, en la situación de las vendedoras por

catálogo que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura.

**b) Histórico.** Durante el desarrollo de la presente tesis, se han expuesto los contextos anteriores que llevaron a conceptualizar el derecho de trabajo de la forma clásica por la que hoy se conoce, así también se desarrolla el contexto de globalización, la era digital y las repercusiones que han tenido sobre el trabajo, dando origen a nuevas formas de trabajo, las cuales emplean sofisticados métodos tecnológicos en la supervisión y en la ejecución de las prestaciones de servicios, como por ejemplo sucede en el sistema de ventas multinivel de Natura y la relación de trabajo que guarda con sus colaboradoras, especialmente las que tienen la categoría de líderes.

**c) Hermenéutica.** Se utilizó este método de interpretación para desentrañar la razón de ser de ciertas normas con rango constitucional, algunas recomendaciones de la OIT y figuras jurídicas, como los elementos esenciales de una relación laboral, es decir la prestación personal de servicios, subordinación y remuneración con el propósito de encontrar en ello un respaldo jurídico para regular y proteger legalmente a las vendedoras por catálogo que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura.

**d) Argumentación jurídica.** Se ha empleado la argumentación jurídica, pues a lo largo de la presente tesis se realizaron diversas operaciones racionales y argumentales, orientadas a demostrar la solidez de las porciones planteadas en la hipótesis y las conclusiones arribadas en el presente trabajo.

#### **1.10. Técnicas de investigación**

En la presente tesis se utilizó la técnica del fichaje, el análisis documental y la recolección de datos; en base a ellas se manipuló, interpretó y analizó las tendencias actuales del derecho del trabajo que ofrece la doctrina contemporánea, relacionadas al tema de investigación, con la finalidad de obtener elementos teóricos y argumentos sólidos, que contribuyeron directamente con el desarrollo de la presente investigación.

### **1.11. Instrumentos de Investigación**

En presente trabajo se emplearon instrumentos, como fichas bibliográficas, en las cuales se realizaron anotaciones resumiendo varios artículos de revistas y algunos capítulos de libros que desarrollan temas vinculados a la presente investigación jurídica.

Finalmente, se realizó una entrevista personal a una ex líder en ventas de Natura, con lo cual se obtuvo información de primera mano acerca de todas sus actividades, de la subordinación y dirección que ejercía la empresa sobre ellas y de la retribución económica que percibían a cambio; en base a dicha información se ha esbozado la problemática, se ha comparado con algunas recomendaciones de la OIT y con doctrina que desarrolla los supuestos contemporáneos en las relaciones de trabajo en los nuevos sistemas productivos, para construir fundamentos jurídicos tóricos que respaldan las hipótesis planteadas en la presente tesis.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. NOCIONES GENERALES DEL DERECHO DEL TRABAJO**

#### **2.1.1. Breve reseña histórica del Derecho Laboral**

La Revolución Industrial, entendida como un proceso de transformación económica, social y tecnológica, inició en la segunda mitad del siglo XVII y dio paso a una economía basada en el comercio; el uso de la máquina en la producción industrial, la transformación de los sistemas de trabajo, también originó el surgimiento de una clase social que trabajaba en las empresas industriales y en las grandes fábricas, estas personas solo contaban con su fuerza de trabajo, la cual vendían al propietario de la empresa a cambio de una remuneración.

Las condiciones en que los obreros trabajaban eran inhumanas, se les exigía laborar largas jornadas de 14 a 15 horas diarias, en instalaciones insalubres y peligrosas a cambio de salarios bajos, sin mayor protección social de parte sus empleadores; dicha situación conllevó la formación de varias protestas, algunas incluso cargadas de violencia como por ejemplo: la protesta conocida como la revuelta de Haymarket, originada en Chicago – Estados Unidos en el año de 1886, la misma que condujo al asesinato de un grupo de trabajadores conocidos como los mártires de Chicago; también están las huelgas protagonizadas por organizaciones de trabajadores mineros en España y Austria a fines del

siglo XIX; lo mismo sucedió con las protestas suscitadas en Inglaterra en los años 80, donde el sindicato minero se enfrentó al gobierno de aquella época y más de uno fue condenado con cadena perpetua (Anónimo, SER , 2010).

Es justamente por esta presión social que el Estado decide intervenir a través de la emisión de leyes protectoras y equipar adoras para los trabajadores, dentro de este contexto se empiezan a dictar las primeras leyes protectoras a ciertas categorías de trabajadores, como las mujeres y los menores y que poco a poco irían formando lo que llegaría a convertirse en el derecho de trabajo, que hoy se conoce (Arévalo, 2016).

Ahora bien, un punto importante es pues que aquella época y el trabajo desarrollado en la misma estuvo marcado tendencia económica del momento, que vendría a ser la revolución industrial; como se mencionó anteriormente este fenómeno se caracterizó por el funcionamiento de grandes fábricas, minas y otros centros de trabajo; en los cuales el trabajo se caracterizaba por evidencia notoria de tres elementos fundamentales: prestación personal de servicios, subordinación y remuneración; desde entonces estos tres elementos clásicos de la relación laboral se han mantenido hasta el momento y según la legislación laboral del país, dependerá de ellos para determinar la existencia de una relación de trabajo; sin perjuicio de ello a de

considerase que estos elementos pertenecen a una época anterior y surgieron a raíz del fenómeno industrial del siglo pasado.

### **2.1.2. Definición del Derecho del Trabajo**

Se ha sostenido que, “el derecho de trabajo es la rama del derecho privado que se ocupa de las relaciones individuales y colectivas entre los trabajadores dependientes y los empleadores, con el fin de regular sus derechos y obligaciones” (De Diego, 2005, p. 49); así mismo se ha dicho que, “el derecho del trabajo es el conjunto de principios y normas que rigen las relaciones de trabajo subordinado y retribuido entre empleadores y empleados, ya sean estas relaciones de carácter individual o colectivo” (Martínez Vivot, 1988, p 33).

Arévalo (como se citó a Alonso García, 2005), en cambio ha establecido:

En el sentido amplio o doctrinal, derecho del trabajo es el conjunto de normas reguladoras, de las relaciones nacidas de la prestación libre y por cuenta ajena de un trabajo remunerado que realiza personalmente. En el sentido estricto o jurídico positivo, derecho del trabajo es el conjunto de normas reguladas de las relaciones nacidas de la prestación de servicios personales, libre por cuenta ajena remunerada y en situación de subordinación o dependencia. (p.40)

Por su parte Javier Arévalo (2016), considera:

Teniendo en cuenta las profundas transformaciones en las formas de trabajo y de producción de los últimos tiempos, las que a su vez han originado que el Derecho del Trabajo tenga que adecuarse a las mismas, reconociendo nuevas formas de empleo, nuevas categorías ocupacionales o nuevas relaciones al anterior centro de trabajo, sin que ello implique renunciar a su carácter protector,

pues es la esencia de esta disciplina jurídica; en función a ello el derecho del trabajo es un conjunto de principios y normas jurídicas con carácter protector, que regulan las relaciones individuales o colectivas de trabajo existentes entre las unidades de producción de bienes o prestación de servicios y los trabajadores que conforman parte del personal, libre y subordinado, laboran para las mismas a cambio de un ingreso económico. (p. 41)

### **2.1.3. Características del Trabajo**

El trabajo puede considerarse como todas las actividades que realizamos para alcanzar un fin, ello abarca desde acciones físicas o esfuerzo mental para desarrollar ciertas actividades; sin embargo, para el derecho laboral solo ciertas actividades califican como tales, las mismas que deberán reunir las siguientes características.

- a) Trabajo Personal.** Para el derecho el trabajo realizado deberá ser de forma personalísima, es decir por una persona natural, esta precisión deja completamente de lado a las máquinas, animales o personas jurídicas. Tradicionalmente esta característica a su vez cuenta con dos acepciones: el trabajo manual y trabajo intelectual, en la primera el hombre entra directamente en contacto con las herramientas o materiales de trabajo, para lograr obtener un producto o servicio final; en cuanto al trabajo intelectual, puede definirse como aquel ejercicio mental para elaborar conceptos, ideas y esquemas que se materializan a través de fórmulas, símbolos, obras literarias, definiciones, entre otras.

- b) Trabajo Productivo.** Para el derecho lo único que se debe considerar cómo trabajo, es aquel esfuerzo físico o mental que sea de utilidad para satisfacer las necesidades por las cuales se los está contratando y que el bien o producto final importe un beneficio económico, expresado por lo general en dinero.
- c) Trabajo dependiente.** La dependencia debe ser entendida como, el sometimiento del trabajador a los poderes de organización y disciplina que imponga el empleador, a razón de que este tiene bajo su cargo la dirección del centro de trabajo.

En relación a las características del trabajo dependiente, Javier Neves (2004), ilustra la figura del trabajo por cuenta ajena de la siguiente manera:

El hombre al realizar un trabajo productivo genera ciertos bienes y servicios que pueden quedar dentro de su esfera patrimonial o podrán pasar a la de un tercero; el primer caso se presentará como trabajo cuando se ejecute por cuenta propia y el segundo, cuando sea ejecutado por cuenta ajena; el tercero para quién se realiza el trabajo, debe ser extraño al trabajador, siendo esta la única relación que importa al derecho del trabajo. (p.21)

- d) Trabajo Libre.** Necesariamente tiene que haber un acuerdo voluntario de quien presta el trabajo, con la persona que se beneficiará del mismo, quien vendría a ser su empleador; si por el

contrario se evidencia una imposición por violencia, amenaza o engaños, se trata de un trabajo forzoso, el cual se encuentra totalmente prohibido por los convenios internacionales de la Organización Internacional del Trabajo (en adelante OIT), y por misma Constitución Política del Perú, específicamente en el último párrafo del Art. 23, se establece que nadie está obligado a prestar trabajo sin retribución o sin su consentimiento, es así que, el derecho solo regulará lo concerniente al trabajo voluntario.

#### **2.1.4. Elementos clásicos de la relación laboral**

Como se mencionó en la problemática, la relación jurídica laboral cuenta con tres elementos esenciales, los cuales deben coexistir de forma copulativa en las relaciones de trabajo; estos elementos han sido aceptados por la doctrina, legislación y por ende la jurisprudencia, vale precisar que, son ellos los que ciertamente los distinguen de las relaciones jurídico civiles, por ello es importante detallar lo que en esencia constituyen cada uno de estos elementos.

**a) Prestación Personal de Servicios.** Es un elemento imprescindible en la relación jurídico laboral, siendo esta la actividad propiamente dicha que realiza el trabajador y cuya utilización es objeto de del contrato de trabajo (Neves, 2004). Así también, vale precisar que de la prestación personal de servicios se origina otra característica, referida a que el trabajador debe ser

siempre una persona natural, siendo además que solo la persona comprometida debe ser quién ejecute la prestación; admitiendo como única excepción, la colaboración de familiares directos y dependientes. Es así que, el trabajador de forma personalizada (salvo la excepción antes mencionada) debe cumplir con las labores asignadas por el empleador.

- b) Subordinación.** Es uno de los rasgos propios de la relación de trabajo, porque marca la diferencia con los demás contratos civiles Neves (2004), considera que la subordinación debe ser entendida como, aquel vínculo jurídico entre el deudor y el acreedor del trabajo; sucede cuando el primero ofrece su actividad al segundo y le confiere potestad para dirigirla, esto ciertamente implica sujeción por parte del trabajador y dirección por parte del empleador. Dicha figura ha sido recogida por el ordenamiento jurídico en el Art. 4 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral. Ahora bien, el poder de dirección que ostenta el acreedor del trabajo, se encuentra compuesto por la facultad de: **dirigir, fiscalizar y sancionar**; en la primera el empleador se encarga de establecer ciertas pautas o reglas de trabajo, dentro de ellas se aprecia las labores que van a desarrollar los trabajadores, horarios, lugares de prestación de servicios, entre otros; además el empleador debe velar por el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la relación laboral, de lo contrario y en caso de

constatar la inobservancia de las mismas también tiene el derecho de sancionar dicho incumplimiento, atendiendo siempre a la observancia de los límites interpuestos a cada facultad, respetando siempre de los derechos fundamentales del trabajador, evitando la vulneración de su dignidad, integridad, libertad, salud, etc.

De otro lado importa precisar que la subordinación trae consigo un poder jurídico, el mismo que a su vez conllevan la existencia de otros indicios complementarios, dentro de ellos tenemos a la dependencia económica y la dirección técnica generada a raíz de la prestación de servicios que el trabajador sede en forma de subordinación al empleador, atribuyéndole de esta manera la facultad de encaminar y organizar dicha prestación.

- c) Remuneración.** Según el Art. 6 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, “Constituye remuneración para todo efecto legal, el íntegro de lo que el trabajador recibe por sus servicios en dinero o en especie, cualquiera sea la forma o denominación que tenga, siempre que sean de su libre disposición. Las sumas de dinero que se entreguen al trabajador directamente en calidad de alimentación principal, como

desayuno, almuerzo o refrigerio que lo sustituya o cena, tienen naturaleza remunerativa.

De ello es posible rescatar el carácter contraprestativo que ostenta el elemento de remuneración, es decir, que el pago recibido por el trabajador es a cambio de la puesta en disposición de su actividad de su actividad; esto a su vez conlleva a la libre disposición que tienen los trabajadores de su remuneración, gastándolo como mejor les parezca.

Otro dato importante de la remuneración es que, el pago puede hacerse en especie o dinero, entendiéndose a la primera según definición de la Real Academia de la Lengua Española como, frutos o géneros y no en dinero, en ese sentido Mujica (2004) afirma que “por lo general el bien predominante en el pago es el dinero y tratándose de otros objetos, se aceptan si sirven para el consumo del trabajador o este puede venderlos sin dificultad en el mercado a un precio equiparable a la suma adeudada” (p,35).

Posteriormente, se habla que por lo general el cálculo de la remuneración es constituida en función del tiempo en que el trabajador está a disposición del empleador, contabilizando en días y horas; sin embargo, muchas veces se pacta la realización

de un trabajo en función al rendimiento: como las piezas producidas y ventas efectuadas.

Vale destacar la importancia del mencionado elemento para la configuración de un vínculo laboral, “la remuneración es la debida y no la actuada, en decir, si de la configuración de la relación fluye que el trabajador tiene el derecho de percibirla aun cuando no la tenga en los hechos, se satisface dicho requisito”. (Neves, 2004, p. 35)

#### **2.1.5. Fuentes del derecho del trabajo**

Neves (como se cita en Vela, 2012), clasifica en cuatro niveles a las fuentes del derecho del trabajo: **Nivel constitucional**, a la Constitución y a los Trados internacionales en materia de Derechos Humanos; en el **nivel primario** al tratado ordinario, la ley, el decreto legislativo, el decreto de urgencia, la ley regional, la ordenanza municipal y la sentencia anulatoria del Tribunal Constitucional; en el **nivel secundario** se encuentra el reglamento, decreto regional, edicto municipal y la sentencia anulatoria del Poder Judicial; finalmente, en el **nivel terciario**, se ubica el convenio colectivo, el reglamento interno de trabajo y la costumbre.

Arévalo Vela, parte desde la concepción que las fuentes formales del derecho del trabajo son todos aquellos acontecimientos jurídicos que originan el surgimiento, modificación o extinción de los derechos laborales; considera también la siguiente clasificación para las fuentes del derecho del trabajo: 1) **Fuentes legisladas**, dentro de esta categoría, ubica a la **Constitución** como la fuente principal del derecho laboral, seguidamente está la ley, luego la resolución legislativa, al final de esta categoría ubica a los decretos legislativos, decretos de urgencia y los reglamentos dictados por el poder ejecutivo. 2) **Fuentes jurisprudenciales**, aquí se encuentra al precedente judicial, acuerdos plenarios y el precedente constitucional. 3) **Fuentes particulares**, dentro de las cuales se encuentra: convenio colectivo, el reglamento interno de trabajo, contrato individual de trabajo, los laudos arbitrales y la Costumbre Laboral. 4) **Fuentes internacionales**, tratados Internacionales sobre derechos humanos y las normas de la OIT, **dentro** de estos últimos instrumentos encontramos convenios y recomendaciones; los primeros son tratados internacionales en materia del trabajo y seguridad social, que cada Estado miembro puede firmar y ratificar, quedando a partir de ese momento su cumplimiento obligatorio; mientras que las recomendaciones, constituyen solamente una guía orientadora para la acción nacional referida al tema que haya sido desarrollado. Por último, se tiene a las **Fuentes académicas**, conocida como la doctrina que desarrolla conceptos o criterios laborales con la finalidad de interpretar y facilitar la aplicación de normas jurídicas.

## **2.2. NUEVAS TENDENCIAS DEL DERECHO DEL TRABAJO**

### **2.2.1. Huida del Derecho del Trabajo**

#### **A) Contextualización del tema**

Un punto de vista interesante acerca de las nuevas perspectivas del derecho al trabajo, es el criterio del catedrático de derecho del trabajo de la Universidad de Huelva – España, Juan Gorelli, en el artículo de Plataformas Digitales, prestación de servicios y relación de trabajo, en este trabajo Gorelli (2019), parte del reconociendo a los sistemas productivos basados en plataformas digitales y rescatando el interés sobre el tema para los laboristas, por los problemas que acarrea dicha situación.

Para comprender mejor la dimensión del problema, es importante primero tener en cuenta que, para Gorelli (2019) la economía colaborativa fue la que originó el fenómeno de la economías por plataforma digitales, estas permiten que las personas intercambien bienes o servicios mediante la tecnología, este puede considerarse como un modelo básico de intercambio, por ello no existe ánimo de lucro entre los intervinientes, pues las empresas creadoras de la plataforma cobran solamente una pequeña comisión para usarlas, en un ejemplo: la plataforma de mercado libre permite a las personas publicar todo tipo de objetos

que deseen vender en la aplicación, mientras que del otro lado están los compradores revisando los artículos que necesitan, para eventualmente comprarlos; aquí la aplicación solo funciona como un espacio para que las personas puedan intercambiar bienes o servicios; sin embargo, existen plataformas de internet que han evolucionado hacia un modelo diferente, cuyo funcionamiento busca ir más allá, que solo participar como una plataforma intermediaria; estas aplicaciones desarrollan una prestación de servicios para sus usuarios, el ejemplo más palpable es la aplicación de Uber, conocida por ofrecer el servicio de taxi o transporte de personas, allí se verifica que la empresa no solo es una plataforma intermediaria para facilitar la conexión entre el cliente y el prestador; sino que además de ello organiza y dirige como debe prestarse el servicio para mayor acogida.

Cuando lo que en realidad sucede es que las empresas ofrecen sus servicios usando la tecnología, facilitando la intermediación entre taxistas y clientes mediante una aplicación, para que la prestación de servicios (el traslado propiamente dicho) sea considerada como una actividad externa; es allí donde radica el problema y el objeto de estudio del derecho laboral sobre estos temas, pues las empresas no reconocen que son ellas quienes ordenan y dirigen la actividad que brindan los prestadores de

servicios y por ende no los consideran como sus empleados, sino como trabajadores autónomos.

Describiendo el problema de una forma más detallada Gorelli (2019) refiere que: “Actualmente el modelo de economía colaborativa supone la **huida del derecho del trabajo**, pues el sistema productivo de las plataformas por internet busca economizar costos escapando al radio del derecho del laboral, pues consideran que al limitar su actividad a una mera intermediación, no existe un vínculo jurídico laboral entre ellas y los prestadores de servicio y aun cuando realizan la actividad de manera habitual, son considerados como trabajadores autónomos, ello implica que dicha actividad quede fuera del ámbito del derecho laboral” (p.85). Las empresas que prestan servicios mediante plataformas, intentan huir del modelo laboral, utilizando contratos exteriormente formales, celebrados entre los prestadores de servicios y las empresas, estos contratos presentan cláusulas y elementos que favorecen la condición de inexistencia de un vínculo laboral, forzando a que la prestación de servicios, al menos formalmente sea percibida como relación de trabajo autónomo.

Un panorama similar se observa en las grandes empresas, como Natura y Unique quienes se dedican a la venta de cosméticos,

combinado al sistema de ventas multinivel, con plataformas de internet o Aps, utilizando lo primero para ubicar a sus colaboradoras en distintas categorías en función a sus ventas y también para asignarles la realización de determinadas actividades; mientras que las Aps son en realidad un sofisticado método que utiliza la empresa para supervisar de manera directa el trabajo que realizan sus colaboradoras.

Según Gorelli, las consecuencias que acarrearán las situaciones antes descritas son, mayor precariedad en el empleo y desprotección a los sujetos que realizan los servicios; precariedad porque es el mismo sistema productivo, quién busca tener una multitud de prestadores de servicios que se limiten a realizar micro tareas, lo que consecuentemente genera mayor precariedad para los prestadores, pues no se les otorga la protección ni los beneficios que deberían; también se genera mayor inestabilidad, pues en cuanto la plataforma deje de tener menos interés por los usuarios se corre el riesgo de inactivar a los prestadores de servicios; también se genera una gran dosis de inseguridad económica, pues al desarrollar micro tareas los ingresos que se generan son escasos, esporádicos e insuficientes, ello genera dependencia de los trabajadores en la prestación de servicios, pues ante una mayor inseguridad económica los prestadores

están disponibles por un mayor periodo de tiempo para acceder a una mayor retribución, muchas veces ello implica un exceso en la duración del tiempo del trabajo y la necesidad de cumplir los encargos con rapidez, incrementan los problemas de salud y la inseguridad en los prestadores de servicio; si a ello le sumamos la concepción tradicional del trabajo, será muy complicado encajar la situación antes descrita dentro de los estándares del derecho laboral, por ello la precariedad en la que se realiza la prestación de servicios mediante plataformas de internet, dificulta enormemente la defensa de los derechos individuales y colectivos de los prestadores y la protección de seguridad social; el cúmulo de todos estos factores conducen a la expansión de un trabajador pobre.

En puridad, la economía de plataformas pretende aumentar la competitividad de las empresas por la vía de reducción de costes de trabajo, lo que también supone la reducción de los derechos de los trabajadores (Gorelli, 2019, p. 86). Es justamente este problema en el cual se debate si los trabajadores por plataforma en realidad son trabajadores autónomos o más bien son trabajadores dependientes que merecen la protección del derecho laboral.

Para solucionar el problema antes descrito Gorelli (2019) considera que el primer paso es delimitar el ámbito, es decir, recurrir a la definición de trabajo, analizar si la situación de las plataformas por internet calza en ella y verificar si cumple con todos los elementos definatorios del trabajo, regulados por la legislación laboral de su país (España); por ello el autor considera que la respuesta a los nuevos fenómenos se encuentra en el mismo derecho del trabajo.

Para el autor existen cuatro elementos fundamentales definidores de laboralidad: voluntariedad en la prestación de servicios, la retribución como contraprestación al trabajo realizado, la ajenidad y la subordinación, en especial los dos últimos pues serán determinantes para saber si nos encontramos frente a una relación de trabajo subordinado. Vale precisar que los criterios antes mencionados, especialmente la subordinación se caracteriza por la flexibilidad y por adaptarse a nuevas situaciones productivas, evolucionando a la par con las nuevas tecnologías, que ofrece la globalización.

Siempre se ha condicionado que la existencia de subordinación y ajenidad van a estar ligados con el sistema de organización de la prestación de trabajo, por ello siempre se ha de verificar la

existencia jerarquías, horarios fijos, justificaciones por inasistencias, si hay o no autonomía en el trabajo, si existe dirección o control en el desarrollo del trabajo, que el trabajador reciba ordenes emanadas directamente del empleador, obligación de cumplir con las tareas o encargos asignados, la sujeción de poder controlar la producción, la posibilidad de ser sancionado por incumplimiento de sus funciones, en un lugar determinado; sin embargo, gracias a la flexibilidad de la subordinación apoyada por la tecnología, es posible enfrentar a una perspectiva un poco más moderna del trabajo y no anclarnos al trabajo industrial o febril del siglo XX, que dio origen al sistema jurídico laboral que hoy conocemos.

En ese orden de ideas, Gorelli (2019) propone que se debe repensar el elemento de subordinación y reiterar a la flexibilidad como parte de la subordinación, ello permitirá analizar la situación ya no desde la concepción tradicional del trabajo; sino desde un punto de vista más acorde con los nuevos tipos de actividad productiva, aceptando la posibilidad de que haya nuevos sistemas productivos y por ende la subordinación sea menor, si ello es así, entonces no resulta necesario que se cumplan a cabalidad o de manera conjunta los indicios de subordinación antes mencionados; además de ello debe quedar abierta la posibilidad

de determinar la subordinación, con la existencia de nuevos indicios acordes los servicios brindados por sofisticadas plataformas de internet, quienes al final buscan siempre asegurar el control sobre el resultado final del trabajo.

En cuanto al elemento de ajenidad, que también es una característica fundamental del trabajo dependiente Gorelli (2019), refiere que ésta se configura a partir de la apropiación directa (por parte del empresario) de los frutos o del resultado económico desarrollado por el trabajador, de manera que este último accede simplemente a un salario abonado por el empresario, como contraprestación del trabajo realizado; ello supone que el trabajador es ajeno al resultado y los riesgos económicos de la actividad productiva.

También se asocia a la ajenidad con los medios de producción, es decir, que los materiales, instrumentos o herramientas necesarias para prestación de servicios deben ser propiedad del empleador; sin embargo, atendiendo al contexto en el que se desarrollan este tipo de actividades, resulta usual que sean los trabajadores quienes aporten sus propias herramientas y esto no quiere decir que se desnaturaliza la situación, sino que simplemente es parte del nuevo sistema de trabajo.

En resumen, para determinar si estamos o no frente a una relación de trabajo, se debe analizar cada situación de manera particular, para ver si cumple con los elementos de una relación jurídica laboral, además deberá tenerse en cuenta otros factores como, los nuevos sistemas de producción, la tecnología, repensar el concepto de las relaciones laborales y considerar a la flexibilidad como parte de la subordinación laboral, al igual que con la ajenidad del servicio, pues en algunos casos las empresas que se dedican a economía de plataformas, al menos formalmente disimulan o encubren una relación de trabajo, huyendo del derecho laboral con la finalidad de economizar costos; sin perjuicio de ello, en cada caso siempre existirán indicios o elementos que apuntan en la dirección de la laboralidad, son precisamente estos indicios los que determinarán la existencia de una relación de trabajo dependiente, la cual deberá ser amparada por el ordenamiento jurídico para otorgarle la protección, estabilidad y seguridad que amerita.

## **B) Pronunciamientos emitidos respecto a las relaciones de trabajo en las empresas de plataformas**

Los casos más estudiados y discutidos sobre las relaciones laborales en las economías de plataformas son los casos de Uber y Globo, en estas aplicaciones los prestadores de servicios en algunos casos arreglan sus horarios para realizar sus tareas, pero en la mayoría de los casos suelen estar disponibles durante grandes periodos de tiempo, pues sus ingresos dependen de la cantidad de encargos o tareas que realicen; una vez que alguien solicite la prestación del servicio mediante la aplicación, son ellos quienes según la ubicación y disponibilidad de los conductores, avisan a los prestadores para que realicen el servicio, una vez que este sea efectuado, los usuarios deben llenar ciertas encuestas virtuales para calificar el servicio, esta puntuación funciona como mecanismo de control para los prestadores de servicio, de ella dependerá la recomendación, la permanencia o también el despido del prestador de servicios.

Respecto a la contraprestación esta se deposita a las cuentas de la aplicación y son ellos, los encargados de las empresas quienes después de quedarse con un porcentaje del servicio (por la intermediación), les retribuyen cierta cantidad de dinero a los prestadores de servicios.

Hasta el momento, no existe ninguna demanda y menos alguna sentencia que esclarezca o dirima si existe o no una relación de trabajo entre los empresarios de las plataformas por internet y los prestadores de servicios; sin perjuicio de ello, existe un pronunciamiento aproximado que emitió el 3º Juzgado de lo Mercantil en Barcelona (2017), en la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (STJUE) sobre el caso Elite Taxi (asociación de taxistas que demandó a Uber por competencia desleal), desarrollando los siguientes argumentos:

Resulta que el servicio de intermediación de Uber se basa en la selección de conductores no profesionales, que utilizan su propio vehículo, a los que dicha empresa proporciona una aplicación sin la cual los conductores no estarían en condiciones de prestar servicios de transporte y del otro lado, las personas que desean realizar un desplazamiento urbano tampoco podrían recurrir a los servicios de los mencionados conductores. A mayor abundamiento, Uber ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones de las prestaciones efectuadas por estos conductores; sobre este último punto, consta en particular que Uber, mediante la aplicación epónima establece al menos el precio máximo de la carrera, que recibe el pago del cliente para después abonar una parte al conductor no profesional del vehículo y que ejerce cierto control sobre la calidad de los vehículos, así como sobre la idoneidad y el comportamiento de los conductores, lo que en su defecto puede entrañar la exclusión de éstos. Tercer Juzgado de lo Mercantil en Barcelona (como se citó en Gorelli, 2017, p. 93)

Según lo antes mencionado, se verifica que Tribunal de Justicia de la Unión Europea, deja en manifiesto que Uber no limita su

actividad a una mera intermediación; sino que, coordina, organiza y dirige la actividad productiva de transporte, situación verificada al momento de seleccionar a los trabajadores (taxistas), facilita la aplicación informática, tienen la exigencia de portar logotipos de identificación, establecen parámetros para el cumplimiento del servicio, y en caso de que no cumplan tiene la posibilidad de inactivar a los conductores; como concluye el tribunal el servicio de intermediación forma parte de un servicio global (Gorelli, 2019).

En el mismo sentido, se pronunció el Centro de Inspección de Seguridad y Trabajo Social Española, manifestado que los servicios desarrollados por ciertas empresas a través de plataformas digitales tienen naturaleza jurídico laboral, específicamente en el caso de Uber y Deliveroo. El pronunciamiento fue emitido en el caso Uber, a razón de la denuncia presentada por organizaciones de taxistas de Barcelona el 9 de marzo del 2015, en el informe emitido por la Inspección de Seguridad y Trabajo Social Española, consideran trabajadores a los conductores de Uber, por las siguientes razones:

Su prestación de trabajo forma parte esencial del tráfico de la empresa, que es la actividad de transporte urbano (se rechaza así que se trate de mera intermediación tecnológica), hay un proceso de selección de los conductores, existe un poder de control y de dirección ejercido fundamentalmente a través de las encuestas o valoraciones de los clientes, los conductores carecen de

organización empresarial, la libertad de horario está limitada por la existencia de un sistema de incentivos que incide directamente sobre la elección de los turnos y la duración de la prestación, el instrumento esencial en el sistema productivo es la plataforma digital y no los vehículos particulares, el pago de los servicios se realiza directamente a Uber (...) Pronunciamento de Inspectoría de Seguridad y Trabajo Social española (Como se citó en Gorelli, 2019, p. 96)

Siguiendo la misma línea de ideas, el mencionado Centro de Inspectoría en España se pronunció sobre el caso Delivero, una empresa encargada de llevar encargos a domicilio, en este caso también se consideró que los repartidores de dicha empresa mantienen una relación de carácter laboral, por los siguientes fundamentos:

Existe cierta libertad de horario, pero la concreción de los días de trabajo, las zonas de trabajo y el horario dentro de ellas es potestad de la empresa, es ella quién dicta instrucciones y el incumplimiento de estas puede suponer la extinción del vínculo jurídico; el hecho de que las instrucciones sean mínimas no elimina la subordinación, pues lo esencial es determinar si tales instrucciones son suficientes para poder coordinar y dirigir la actividad; lo esencial en el sistema productivo es la plataforma y no el vehículo aportado por el repartidor, pues para desarrollar la actividad es imprescindible utilizar los medios tecnológicos de la empresa el abono de los servicios lo realizan los clientes directamente a Delivero a través de la plataforma de pago, la prestación se inicia bajo control de la empresa, pues el trabajador debe partir de un concreto punto de control fijado por la empresa y debe retornar a él tras cada servicio, la empresa impone normas de comportamiento con los restaurantes adheridos a ella y con los clientes, la empresa organiza cursos de formación y tiene potestad sancionadora.

En cuanto a la posibilidad de que el trabajador designe un sustituto, es más teórica que real, pues hasta el momento de la actuación inspectora esta situación no se había producido nunca. Pronunciamiento de Inspectoría de Seguridad y Trabajo Social Española (como se citó en Gorelli, 2019, p. 97)

Sobre el caso antes mencionado, existen dos pronunciamientos judiciales, el primero fue emitido el 1 de junio del 2018 por el Sexto Juzgado de lo Social de Valencia, la sentencia de primera instancia al igual que el informe de la Inspección de Seguridad y Trabajo Social Española, también se inclinó por estimar la existencia de una relación laboral, considerando la presencia de los elementos de ajenidad y dependencia; el pronunciamiento del juzgado respecto del segundo elemento fue: que el demandante (los repartidores) trabajo bajo las órdenes del demandado (Delivero), el primer paso para realizar los servicios, era descargar la aplicación la cual ha sido creada y dirigida por la empresa. Además de ello, era la empresa quién asignaba la franja horaria y los lugares para la prestación de servicio, estableciendo un determinado lugar al momento de iniciar su turno, al cual también deberían retornar después de cumplir el encargo, también el horario en que debían prestar servicios, así mismo se demostró que la empresa daba instrucciones sobre cómo se tenía que desarrollar el servicio, estableciendo normas de comportamiento que los repartidores deberían cumplir para mejorar el servicio, así también, las empresas monitoreaban constantemente a los

repartidores, mediante un geo localizador y en cualquier momento podían pedir explicaciones sobre el trabajo, además tenían la facultad de inactivar a los repartidores, si se verificaba el rechazo de ofertas o la reiterada falta de disponibilidad y aun cuando el trabajador aportaba su teléfono móvil y su bicicleta, carecían de organización empresarial, siendo solamente la empresa Delivero, la única que mantenía y dirigía la actividad empresarial. Respecto a la ajenidad, se llegó a demostrar que era la empresa quién decidía el precio de los servicios realizados, el pago de los clientes se realizaba mediante la aplicación, la empresa retenía un porcentaje, para posteriormente pagar a los repartidores (Gorelli, 2019).

En la misma dirección se encuentran los fundamentos esbozados por la sentencia del Juzgado de lo social N° 11 de Barcelona, que aparte de acoger lo anteriormente narrado, agregó lo siguiente: en el caso de Delivero, si bien los repartidores proponían (con cuatro semanas de anticipación) los horarios para desarrollar el servicio, era la empresa quién finalmente los decidía, era la empresa quién abonaba directamente la remuneración a los repartidores, también existía un pacto de exclusividad para desarrollar los servicios.

Además, se consideró probada la existencia de un régimen disciplinario, mediante el cual se procedía a despedir a los

repartidores por el incumplimiento de los acuerdos en el contrato, por ejemplo: falta de puntualidad, repartir las bolsas sin el logo distintivo de la empresa, por rechazar los pedidos, por no usar la caja facilitada por la empresa, etc (Gorelli, 2019).

Hasta el momento se aprecia que, aun cuando los pronunciamientos emitidos sobre los prestadores de servicios en las empresas de plataforma sean mínimos, existe una insurgente tendencia en los órganos administrativos y judiciales, de considerar los prestadores de servicios o colaboradores de las empresas por plataformas, como trabajadores dependientes de las mismas y de revelar la realidad de laboralidad existente en las empresas de plataformas, las mismas que tratan de disimular y ocultar la realidad subyacente tras las formalidades de un contrato de trabajo autónomo, las formas de organización empresarial y la subordinación digital; si ello es así, entonces queda abierta la posibilidad de analizar la situación de las vendedoras por catálogo que cuentan con la categoría de líderes, para posteriormente considerarlas como trabajadoras directas de las empresas de cosméticos como Natura y Unique.

**C) Indicios de laboralidad en las relaciones de plataformas**

En este punto Gorelli (2019) señala, que los indicios de laboralidad en las situaciones de trabajo contemporáneas, deben ser interpretados a la luz de los nuevos sistemas productivos y no limitarse al sistema de producción industrial, en el cuál la prestación de servicios era directa y la subordinación era evidente; por el contrario se debe tomar en cuenta el contexto actual influenciado tremendamente por la tecnología, la misma que ha dado lugar a nuevos y más sofisticados métodos productivos, evolucionando hacia una dependencia mucho más sutil, utilizando a los métodos de organización del trabajo para aparentar una desconexión entre el empresario y el prestador de servicios, es entonces, donde debe intervenir la flexibilidad como criterio delimitador de la relación laboral y en especial de la subordinación y dependencia (Gorelli, 2019, p. 100).

En ese mismo orden de ideas, el autor considera que la subordinación jurídica de persona por parte del empresario, ha dado paso a la subordinación tecnológica o dependencia digital, pues es mediante las aplicaciones que se logra transmitir órdenes e indicaciones emitidas por la empresa, para desarrollar la prestación de servicios.

Ahora bien, para determinar el hecho de que algunas plataformas por internet no se limitan a una mera intermediación; sino que más bien contemplan una realidad subyacente, en donde las plataformas son utilizadas como mecanismos para el desarrollo de servicios, estaremos ante un supuesto que deberá ser amparado y protegido por la legislación laboral. El primer paso para determinar la presencia de laboralidad en los casos anteriormente mencionados, radica en la necesidad de usar la plataforma para prestar el servicio, esto implica que el prestador de servicios tenga una cuenta personal en la aplicación de internet otorgada por la empresa, mediante la cual se pueda controlar y facilitar la gestión del trabajo; todo ello se verifica cuando la empresa facilita o impone teléfonos móviles para estar siempre en contacto con el prestador de servicios.

En ese sentido, resulta evidente que el sistema productivo basado en plataformas informáticas supone una evolución de los sistemas industriales tradicionales, por lo que la interpretación de la subordinación también debe evolucionar y los indicios deben analizarse de acuerdo a la realidad, por ello pensar que en las actividades caracterizadas por el uso tecnológico de la subordinación, se presenta la subordinación de forma directa es intentar sostener una incongruencia fáctica limitadora del ámbito del derecho del trabajo, pues lo esencial es verificar la existencia

de un sistema de control efectivo, que permita a la empresa optimizar y rentabilizar el trabajo (Gorelli, 2019, p. 101).

Otro indicio relevante, es la existencia de pautas o indicaciones que los prestadores de servicio deben cumplir para desarrollar su actividad, por ejemplo: deben comportarse con amabilidad al tratar los clientes, deben presentarse como personal de la empresa, usar los logotipos distintivos, llegar a tiempo al lugar indicado o el hecho de estar sometidos a un constante monitorio por geolocalización; estas indicaciones son asumidas como compromiso para acceder a la plataforma y en caso de incumplimiento, la empresa tiene la facultad de inactivar a los prestadores de servicios.

Otro aspecto importante que se relaciona con este punto, es el hecho de que los trabajadores no tienen una verdadera capacidad para organizar el modo de la prestación de servicios, en ese sentido lo verdaderamente relevante es detectar la presencia del poder de dirección y la efectividad del mismo, por más sutiles que sean sus manifestaciones, no es necesaria una implicación mayor del empresario para organizar la actividad productiva, si se tiene en cuenta el automatismo informático en la toma de decisiones.

En la misma dirección apunta el control a los trabajadores mediante las encuestas, que realiza los clientes para valorar el servicio, de estas calificaciones depende la asignación de más o menos encargos, vale precisar que en dichas encuestas los clientes también pueden quejarse de algún percance en el servicio, todo ello también es valorado por la empresa y sumado con las puntuaciones de las encuestas, serán tomados por la empresa como factores para inactivar a los trabajadores.

Respecto al horario, que en la mayoría de los nuevos sistemas productivos se caracteriza por la libertad en su elección, se debe tener en cuenta el tipo de actividad a la que se dedican, en el caso de las plataformas por internet (Uber, Globo y Delivero) existe una multitud de sujetos dispuestos a prestar los servicios requeridos, es justamente por esta multitud de trabajadores, que la empresa permite la libertad de horario, es así que la empresa siempre contará con el personal necesario para cubrir las necesidades en cualquier horario de trabajo; el propio sistema productivo garantiza la disponibilidad de personal suficiente sin necesidad de una organización específica del tiempo de trabajo, es decir, la aparente libertad del trabajador no es fruto de su autonomía, sino de la facilidad organizativa que el sistema productivo garantiza al empresario; en suma, la flexibilidad en el horario de trabajo, no es

impide que pueda reconocerse la existencia de subordinación (Gorelli, 2019, p. 103).

En cuanto al elemento de ajenidad, es la empresa quién fija los precios del servicio, al igual que en las ventas por catálogo de Natura, el trabajador no interviene en ningún momento para dicha actividad, además según los casos antes mencionados se verifica que, los clientes abonaban el pago directamente a la empresa a través de la misma plataforma, sin la posibilidad de que el trabajador acceda directamente al resultado económico; no es sino hasta después de este abono que la empresa retribuye los servicios prestados al trabajador.

Otro síntoma de laboralidad en estos casos, es el hecho de que el trabajador es totalmente ajeno a las decisiones fundamentales de la empresa, respecto al funcionamiento de la misma y a la relación con el mercado y sus clientes, por ejemplo: los trabajadores no participan en la fijación de precios, en las capacitaciones, en las campañas de publicidad, es más el trabajador siempre actúa bajo la marca de la empresa, utilizando su logo y su nombre. Sumado a ello, se tiene el hecho de como las empresas consideran que un posible mal comportamiento de los trabajadores, afecta directamente a la reputación de la misma, asumen que el prestador de servicios es la imagen o representante de la empresa

frente a los clientes; en esencia, el trabajador que presta los servicios no cuenta con una organización empresarial propia, sino que más bien, se integra para formar parte de una organización ajena.

En conclusión, para detectar la presencia de laboralidad en los nuevos sistemas productivos, se debe dejar de lado la concepción tradicional del trabajo originado por la producción industrializada, también se debe tener presente el contexto en el que se desarrollan, la influencia de la tecnología y la actividad que desarrollan, además se debe tener presente a la flexibilidad como parte del elemento de subordinación, donde no siempre existirá un control directo por parte del empleador hacia el prestador de servicios; así mismo, se debe valorar los indicios de manera conjunta y si llegase a evidenciarse que existe una organización empresarial, que coordina una serie de recursos humanos dirigidos a facilitar un servicio (la actividad subyacente), generador de lucro o ganancia para la empresa, no lo duden: estamos ante una relación laboral. (Gorelli, 2019, p. 105)

### **2.2.2. El poder de dirección y el uso de nuevas tecnologías**

Otro jurista que comparte la idea de que, los nuevos sistemas productivos traen consigo una forma más actual de comprender las relaciones de trabajo, caracterizadas por la incorporación de cambios tecnológicos, es el profesor de Derecho de Trabajo en la PUC, Orlando Casas de la Torre Ugarte, pues sostiene que la tecnología especialmente las telecomunicaciones, permite el surgimiento de modalidades descentralizadas de trabajo, ello genera que el empleador busque nuevas formas de control sobre sus trabajadores; pasando de un modelo fordista, donde los trabajadores se concentraban generalmente en fábricas y eran directamente supervisados (verificación visual) por determinado grupo de fiscalizadores, a un esquema de trabajo distinto basado en la descentralización productiva. (Casas, 2019, p. 124)

Por lo antes mencionado, en especial por las nuevas formas prestación laboral se recurre al uso de nuevas y cada vez más sofisticadas tecnologías de control, entre las cuales destacan el correo electrónico, la comunicación telefónica, las video llamadas que desempeñan el rol de video vigilancia y el GPS para ubicar geográficamente al prestador de servicios; de otro lado la presencia y apoyo de estos medios electrónicos han permitido que no sea necesaria la presencia de los trabajadores en el centro de trabajo.

En ese sentido se verifica que la tecnología facilita los cambios en la forma de prestación de la relación laboral, tan es así que, en los últimos años la

implantación de nuevas tecnologías ha originado profundos cambios en las relaciones de trabajo.

Un ejemplo de la repercusión de los cambios tecnológicos en las relaciones de trabajo, es el caso de las ventas multinivel de Natura, aquí la empresa utiliza medios de tecnológicos para organizar y controlar la actividad productiva de sus colaboradoras, por ejemplo: mediante la aplicación de Natura, teléfonos celulares, llamadas y mensajes de Whatsapp, verificándose así la facilitación tecnológica en el modo de la prestación y la ejecución del trabajo. Asumiendo la postura del autor, estas nuevas formas de trabajo, pese a ser diferentes al modelo fordista en donde la prestación de servicios y la subordinación eran evidentes, no dejan de ser trabajos dependientes por ello, por ende, deberían estar bajo el manto protector del derecho laboral.

### **2.2.3. La Subordinación en las nuevas plataformas de servicios**

#### **A) Contextualización del tema**

El catedrático de la Pontificia Universidad Católica del Perú en materia del derecho del trabajo, César Puntriano (2019) también considera que, desde hace tiempo la globalización y la tecnología ha influido en las mutaciones organizacionales del derecho del trabajo, este cambio de paradigma supone el adelgazamiento empresarial, es decir, que las empresas buscan ofrecer un bien o servicio cada vez mejor y al mismo o menor costo, esto se logra mediante la especialización, pero sobre todo mediante la reducción de costos, muchos de los cuales suelen ser costos laborales.

Este fenómeno descentralizador implica que las empresas busquen externalizar componentes y actividades importantes de su ciclo productivo, muchos de ellos son aspectos esenciales de la actividad empresarial; estos nuevos paradigmas son la razón por la cual la concepción tradicional o clásica del derecho del trabajo ha experimentado un declive, especialmente la figura de subordinación, por ello también surgen los trabajadores de segunda categoría, quienes trabajan en condiciones inferiores del personal que trabaja directamente para la empresa, dicha segregación se mide en función a la cercanía o lejanía con el núcleo de la empresa.

Según refiere Puntriano (2019), otro aspecto que se ha reformado es la noción del empleador, pues este sistema lo ha reemplazado por la noción de emprendedor, de manera superficial puede tomarse como un juego o cambio de palabras; sin embargo, el efecto real es más perjudicial, pues al no encontrarse un empleador como tal, no existe la posibilidad de atribuirles responsabilidad laboral para con su personal de apoyo. Prueba de ello, es la denominación otorgada por las empresas de plataformas a sus colaboradores, como Natura y en general de la mayoría de empresas que se dedican al rubro de cosméticos, la estrategia que utilizan para captar a más colaboradores, es bajo el siguiente eslogan: ¡sé un emprendedor, se tu propio jefe! Bajo estas consideraciones se aprecia que desde un inicio las empresas de plataformas buscan desligarse laboralmente con sus colaboradores, anulando cualquier posibilidad de responsabilidades o

reclamos de naturaleza laboral. Este tipo de sistemas saca provecho de una legislación en automático, pues considera a los prestadores de servicios como trabajadores autónomos, lo cual excluye de manera automática cualquier tipo de protección para los trabajadores que desarrollan actividades en favor de las empresas de plataformas.

Siguiendo lo desarrollado por Puntriano (2019) el problema central de los nuevos sistemas productivos y organizacionales, radica en determinar la situación de las personas que prestan servicios a las empresas de plataformas virtuales, ¿Cómo queda entonces la subordinación en estas nuevas formas de prestación de servicios aparentemente autónomas? el autor sostiene que para resolver dicha interrogante, debe tenerse en cuenta la flexibilización de la subordinación, como uno de los criterios determinantes de la aplicación de la tutela laboral clásica, a condición de que ella sea interpretada con amplitud, agresividad y creatividad, para discernir con claridad la realidad de los hechos (p. 139).

Además de ello, si se pretende realizar un correcto análisis de laboralidad, en los nuevos modelos de negocio, es necesario recurrir a elementos adicionales, que según Sanguineti (como se citó en Puntriano, 2019) también son denominados como rasgos sintomáticos de la relación laboral, los cuáles son un conjunto diverso de elementos, que permiten evaluar la presencia de un vínculo de subordinación jurídica, que no siempre se evidencian con un mandato efectivo; sino que existen indicios capaces de

revelar la existencia del derecho a mandar por parte del empresario y la obligación de obedecer por parte del trabajador. Algunos de estos rasgos sintomáticos son: la ajenidad, la dependencia económica, la inserción del trabajador en la organización empresarial, el lugar de la ejecución del trabajo, la flexibilidad en el horario, el control efectivo del trabajador, la continuidad y permanencia; por último, pero no menos importante se debe analizar también la actividad propia a la que se dedican.

## **B) Desarrollo de jurisprudencia**

Posteriormente, el autor toma como referencia el caso de los conductores de Uber del Reino Unido, confirmado por la Corte de Apelaciones del mismo país en el año 2017, dicho pronunciamiento favorece y refuerza la postura de considerar a los prestadores de servicios de plataformas digitales, como trabajadores dependientes de las mismas, los argumentos más resaltantes según Puntriano (2019, p. 141), señalados en la sentencia son los siguientes:

El hecho de que los choferes conducen bajo una marca ajena y que, además es Uber publicita su marca y no los conductores o prestadores de servicios. De otro lado, se indica en la sentencia que resulta complicado entender la coordinación entre empresas, al referirse a Uber y a los conductores. Se trataría de la empresa Uber y los empresarios unipersonales o emprendedores (choferes). La imposibilidad de los conductores de hacer crecer su negocio significa que, si los conductores autónomos fueran pequeños empresarios, tendrían al menos potenciales posibilidades de crecimiento, hecho que no se presenta en este caso pues el crecimiento dependerá del incremento de horas de actividad de los choferes. La plataforma controla información clave para el desarrollo del negocio. Inexistencia de organización empresarial entre los conductores, siendo irrelevante la aportación del propio vehículo, para la prestación del

servicio por parte del usuario. Instrucciones para la ejecución y organización de los servicios, de acuerdo con procedimientos preestablecidos por la plataforma.

Otro pronunciamiento que apunta en la misma dirección de laboralidad, es el caso del conductor Joshua Klooger v/s. Foodora, una empresa encargada de repartir comida domicilio; el pronunciamiento estuvo a cargo del órgano judicial australiano, *Fair Work Commission* (Comisión de Trabajo Justo), el 16 de noviembre del 2018:

La Comisión resuelve que, el rider (chofer) no es un contratista, por eso ordena a la empresa que le abone US\$15 000 en compensación por el despido injustificado, además señala que la correcta calificación de la relación entre las partes, es de carácter laboral. El demandante no tenía una actividad comercial o negocio propio o a su propio nombre, en lugar de eso, estaba trabajando en el negocio del demandado como parte del mismo, el trabajo del demandante se integró en el negocio del demandado y no en una operación independiente; el solicitante, pese al intento de la empresa de crear la existencia de un acuerdo de contratista independiente, se involucró en un trabajo como conductor de reparto de Foodora, como trabajador de Foodora. *Fair Work Commission* (como se citó en Puntriano, 2019, p. 143)

Un pronunciamiento similar se desarrolló en Brasil el 13 de diciembre del año 2017, por el órgano judicial *Vara do Trabalho de Belo Horizonte* (Tribunal Laboral de Belo Horizonte) a raíz del caso Uber, en el cual determinan la presencia de laboralidad por los siguientes fundamentos:

Debido a que la empresa ejerció en la práctica control sobre la forma en que los servicios eran prestados, como la entrega de dulces o agua a los pasajeros, la manera de vestir o el comportamiento; indicaciones que si bien no eran obligatorias, resultaban esenciales para que el chofer recibiera buenas calificaciones y se mantuviera como «colaborador» con acceso a la

plataforma, inclusive los choferes están prohibidos de brindarles una tarjeta a los pasajeros, pues ello constituye una infracción seria que genera el bloqueo del conductor. Otro tema relevante es que, la compañía establece que el rechazo de varios servicios, genera el bloqueo del conductor por un tiempo determinado. *Vara do Trabalho de Belo Horizonte* (como se cita en Puntriano, 2019, p. 143)

En el mismo sentido fue resuelto el caso de Globo, por el Juzgado de Social número 1 de Gijón - España, el 20 de febrero del 2019 (como se citó en Puntriano, 2019), que textualmente señala:

Encontramos numerosas notas que nos ponen de manifiesto que entre los “glovers” y la empresa existe una verdadera sumisión o dependencia: existen órdenes de trabajo y procesos estandarizados de llevarlos a cabo, ello suponen que el trabajador no cuenta con la libertad propia del trabajador autónomo, por ejemplo: la fijación de una jornada de trabajo, días de descanso, la previsión de casos de suspensión de la prestación de servicios; resulta llamativa la pretendida libertad en la elección de horas o franjas horarias que dependen de un sistema de puntuación, que hace al trabajador plegarse a las exigencias empresariales si quiere configurar un horario que resulte rentable, ello hace que la flexibilidad laboral que pretende hacer ver la empresa, se convierta en una manera de hacer competir a los recaderos para lograr las mejores horas que ya no son las más compatibles con su vida personal, sino las que la empresa considera más rentables o de alta demanda.

En este contexto, las parcelas de libertad para decidir días y horas de trabajo, sumado a la aceptación de servicios concretos, no le proporcionan ninguna facultad o poder que pueda condicionar el desarrollo de la actividad empresarial, además no existe un control de la realización del trabajo por los repartidores no directos; sino a través de la propia aplicación y de sistemas de localización, este control sirve para fijar la retribución y para repartir los servicios entre los distintos repartidores basándose en criterios de eficiencia empresarial, otro indicio claro de esta sujeción al poder del empresario es la existencia de un régimen disciplinario. (p. 144)

Por último, se menciona el caso de Delivero en España, dicho supuesto fue desarrollado el 1 de junio del 2018, por el Juzgado de lo Social número 6 de Valencia (como se cita en Puntriano, 2019, p. 145), argumentando lo siguiente:

Que los servicios prestados a través de la plataforma describen una relación subordinada (...) se presentan en el supuesto concreto las notas características de la relación de trabajo, ya que la prestación de servicios del «rider» a favor de la plataforma, presenta rasgos que son solo concebibles en el trabajo dependiente; además la dependencia se verificó en las ordenes o instrucciones impartidas al repartidor, las condiciones de su actividad eran establecidas unilateralmente por la empresa. Explica que el prestador debía descargarse la app (software informático) en su teléfono móvil y utilizarla para llevar a cabo sus servicios, así mismo fijaba la forma de comportamiento, el rider portaba geo localizador (a quien podía pedir explicaciones en cualquier momento sobre el servicio, llevando un control de tiempos de cada reparto, siendo la empresa la que decidía en cada momento sobre los repartos a realizar y la efectiva asignación de los mismos).

Si bien, los pronunciamientos antes expuestos de diversos tribunales alrededor del mundo, se encuentran encaminados determinar la existencia del trabajo dependiente en las empresas de plataformas por internet, las cuales organizan sus actividades, designan la prestación de servicios y manejan tanto la subordinación como remuneración solamente mediante herramientas digitales como, aplicaciones o Apps de internet, uso de teléfonos, móviles, geo localizadores, encuestas virtuales y pago a través de cuentas bancarias; se debe tener en cuenta que, dentro de los nuevos sistemas productivos, también existen empresas que para el

desarrollo de sus actividades, combinan métodos y medios de subordinación tecnológica, con la subordinación tradicional; tal es el caso del sistema multinivel de Natura, en ella existe una cadena de prestación de servicios y de subordinación estructurada por la empresa en base a jerarquías o niveles de ventas, donde la empresa se sirve de una App llamada Natura para supervisar la actividad productiva de sus colaboradoras, haciendo de esta aplicación una herramienta obligatoria para sus actividades diarias; sin perjuicio de ello dicha empresa no solamente se vale de medios tecnológicos para supervisar, sino también del control directo que ejercen sus representantes en cada departamento. En ese sentido, analizando la situación en particular y teniendo en cuenta los argumentos esbozados en los distintos pronunciamientos, también se advierten indicios de laboralidad fusionados en la actividad que desarrollan las vendedoras por catálogo con categoría de líderes en ventas de Natura

### **C) Soluciones Propuestas según Puntriano**

Después de todo el análisis antes mencionado Puntriano (2019) concluye diciendo que, los nuevos medios de producción de plataformas digitales sin duda cuestionan los paradigmas clásicos o tradicionales del derecho del trabajo, tal situación implica que las personas que realizan esta prestación de servicios, como es el caso de los colaboradores que prestan servicios para Uber, Delivero, Natura y Fodora, se encuentren en la incertidumbre de si son trabajadores autónomos, como pretenden definirlos las empresas

para las que trabajan, o bien son trabajadores dependientes que merecen protección del derecho laboral.

Según el autor estas zonas grises bien pueden ser resueltas con una legislación que analice, regule y catalogue la situación de hecho en que se encuentran estas personas, teniendo en cuenta que la actividad que realizan no se asemeja en sentido estricto a la de un trabajador autónomo y tampoco a la de un empleo subordinado; en ese sentido tal vez podrían ser calificados como Trabajadores Autónomos Económicamente Dependientes, creando así una nueva categoría y un punto medio en los extremos del trabajo dependiendo y el trabajo independiente, todo ello con la finalidad de que se regulen estas condiciones de trabajo, pero sobre todo para que estas personas no queden desamparados por el ordenamiento jurídico.

La pregunta es ¿y hasta que regulen dicha situación cómo quedan o que pasará con estas personas? pues bien, Puntriano (2019) refiere que, hasta que el Estado decida regular dicha situación, se debe analizar cuidadosamente los indicios o elementos que presentan los nuevos sistemas productivos, una vez analizados los indicios de forma conjunta se determinará si la balanza pesa más para el lado de una relación jurídica laboral dependiente, o por el contrario se presentan más características de un trabajo autónomo.

## **2.3. VENTAS POR CATÁLOGO**

### **2.3.1. Antecedentes históricos de las ventas por catálogo**

El sistema de venta por catálogo tuvo su origen en la época colonial en Estados Unidos, precisamente cuando el comerciante Aron Montgomery Ward, recorría los pueblos de dicha nación para vender y abastecer de productos básicos a las principales poblaciones; sin embargo se percató que los habitantes del área rural muchas veces no adquirirían sus productos, o si lo hacían era a un precio muy elevado, debido distancia o lejanía en la que se encontraban, los productos no llegaban hasta zonas tan alejadas y cuando llegaban tenían un precio muy alto debido a la gran cantidad de intermediarios o re vendedores que participaban en la cadena de venta.

Ante ello, ideó un plan de venta para que estas personas pudieran adquirir a un precio justo sus productos, esto implicaba desaparecer a los intermediarios, para ello mandó imprimir varias imágenes de 160 productos, agrupando todas ellas en una suerte de libreto, se encargó de repartirlos en las cooperativas agrícolas, explicando que para adquirir el producto era necesario señalar la dirección de ferrocarril más cercana al domicilio del comprador y macar la imagen que correspondiente, con la condición de devolver el catálogo para que el vendedor pudiera ver los pedidos; es así que después de algunas semanas se procedía a entregar el producto en la estación de ferrocarril más próxima, para que los compradores pudiesen adquirirlo.

Esta modalidad de venta tuvo tanto éxito que para el año 1913, se creó el servicio paquetería postal, encargado llevar y entregar paquetes (muchas veces productos pedidos por catálogo) al domicilio de los compradores, este servicio facilitó enormemente a las personas que pedían productos por catálogo, pues ya no tenían que desplazarse hasta la estación de ferrocarril más cercana para recogerlos; el sistema de ventas por catálogo se hizo tan popular en Estados Unidos para el siglo XX, pues beneficiaba tanto a compradores que no podían viajar o salir a comprar ciertos productos y también a los vendedores pues lograban un mayor porcentaje de ventas, tan es así, que estos últimos llegaron a contratar determinadas personas para que recorrieran los pueblos o casas alejadas con la finalidad de ofrecer sus productos mediante catálogo de tal manera, que la empresa pudiera generar mayores y mejores ingresos económicos. (López, 2016)

En un contexto similar también se desarrolló la empresa Americana Tupperware, creadora de los tapers o friambreras de plástico con tapas herméticas, introdujo los primeros productos en el año 1945 que al principio eran vendidos en algunos almacenes o comercios; sin embargo no tuvo tanto éxito, pues los dueños de estos comercios no explicaban las bondades del producto a los compradores, en consecuencia idearon otro plan de ventas que consistía en ir de puerta en puerta a ofrecer sus productos, mostrando de manera inmediata los

beneficios de sus productos o recipientes, esta idea resultó ser absolutamente excelente para la compañía, logrando un vertiginoso aumento de ventas (Tupperware, 2017).

En cuanto a las empresas de cosméticos y su relación con las ventas por catálogo, la historia de Unique se remonta al año 1967, cuando Fernando Belmont decide fundar la empresa Yanbal, dedicada a la venta cosméticos, sus productos fueron lanzados en un local ubicado en el centro de Lima, teniendo tanto éxito como para extenderse a otros países entre ellos: Ecuador, Bolivia y Colombia; pero lograr una mejor alcance en las ventas de productos, cambiaron el sistema ventas tradicionales al sistema de ventas directas, combinando con sesiones de belleza para atraer a las vendedoras que se encargaran de comercializar sus productos de belleza (Unique, 2017).

Por su parte Natura se fundó en Brasil el año 1969, teniendo como finalidad principal la venta de cosméticos, puso su primera tienda de productos en Sau Pablo, donde atendían directamente a sus clientes; sin embargo siguieron innovando sus políticas de venta, hasta que optaron por implementar el sistema de venta directa, apostando por la fuerza de las relaciones interpersonales, utilizando al catálogo como la herramienta principal de trabajo para las ventas; esta modalidad sin duda les trajo grandes porcentajes de ganancia, razón por la cual decidieron dar un salto internacional, abriéndose paso por varios países

de América Latina como Argentina, Chile, Colombia, Perú, México; actualmente cuentan con tiendas París y New York, tan grande es el auge de esta compañía que para el 2009 ya contaba con 1 millón de consultoras, y el crecimiento económico para el 2012 llegó a 1 billón de dólares por año (Natura, 2014).

El fundador de Avon, fue el estadounidense David MacConell, empezó con la creación de California Perfume Compan, empresa dedicada a la fabricación y venta de perfumes, al promediar el año 1928, la empresa usaría por primera vez el nombre de Avon, mientras la compañía crecía también fueron aumentado los productos ofrecidos, estos ya no solo se limitaban los clásicos perfumes por los que se hicieron conocidos; sino también abarcaban productos de limpieza y algunos utensilios de cocina.

Desde sus inicios la compañía Avon ha usado la estrategia de comunicación visual, en 1986 se creó el primer catálogo, en el cual se explicaba la diferencia de los perfumes creados con químicos y los perfumes florales y porque los últimos eran mejores, posteriormente estos catálogos llevaban imágenes impresas de los productos con la finalidad de promocionarlos, con el tiempo, dichos catálogos fueron utilizados para que las personas pudieran pedir los productos que deseaban, sin la necesidad de ir a un centro comercial. Según Bermúdez (2015) este sistema de venta, tuvo tal éxito, que ni la

posterior facilidad en el acceso comercial a las tiendas, ni la Gran Depresión de los años treinta evitaron el auge de AVON, que creció anualmente a un ritmo superior al 10% entre 1930 y 1938.

La venta directa, se ha acentuado en algunos lugares o países caracterizados por altas tasas de informalidad y flexibilización laboral, en este plano el mercado latinoamericano crece a pasos agigantados. Según datos de la WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations), Estados Unidos se posiciona en el primer lugar, tanto en número de empresas que realizan ventas por catálogo, como en vendedores que desarrollan dicha actividad; seguidamente se encuentra Japón y Brasil, este último con 4,504 millones de vendedores en el 2013; algunos datos al respecto es que para el año 2009, Estados Unidos contaba con 44 grandes empresas, y Japón con 14, en el 2013 el mercado norteamericano movía \$34,7 millones, el japonés \$17,9 millones y el brasileño registró \$2.135.694, en este mismo año Argentina registró una facturación por \$1.903 millones y una cantidad de 700.000 vendedores.

El sistema de venta directa, se ejecuta mayoritariamente por una población de mujeres consideradas "amas de casas", cuyos ingresos se asumen como un "extra" para el sustento familiar; no obstante, el perfil de las vendedoras incluye a jóvenes que viven con sus familias, pero también a mujeres para quienes la venta es el ingreso principal. El

42% de la población de Sao Paulo encuestada por Miyata y Suzuki manifestó que la venta directa es su principal renta.

El sistema de venta directa, ha incorporado las siguientes modalidades de venta:

- a)** Venta “puerta a puerta” o “uno-a-uno”, donde un vendedor hace una demostración a un consumidor.
- b)** Venta mediante reuniones, cuando el vendedor realiza una explicación y demostración de productos a un grupo de clientes potenciales
- c)** Venta piramidal o “venta en cadena” o “venta multinivel”, en la cual el vendedor recibe un pago por presentar a otras personas potencialmente compradoras.
- d)** Venta a distancia, por telemarketing (teléfono, video-texto) o por correo (directo, venta por catálogo, pedidos especializados, venta por avisos en medios gráficos), también se define una modalidad multinivel o marketing de redes (network marketing), para referirse a ventas realizadas por una red de vendedores, que pueden recibir remuneración basada en sus propias ventas y de las ventas generadas por sus redes de otros vendedores reclutados y entrenados para unirse al negocio.

Los principales rubros son, los cosméticos y el cuidado personal, pero también se encuentra: lencería, ropa, artículos de cocina, baterías de

cocina, electrodomésticos, alimentos dietéticos y nutricionales, etc. Por lo general este tipo de trabajo, es considerado como una actividad secundaria que se puede desarrollar en los tiempos libres de las vendedoras y en la mayoría de casos esta actividad, les trae ganancias extras; sin embargo, existen personas que dedican su tiempo completo a la realización de estas actividades, constituyendo para ellos su actividad laboral y también su principal fuente ingresos.

### **2.3.2. Definición de catálogo**

La herramienta de trabajo más común para realizar las ventas directas es el catálogo, puede definirse como aquel conjunto de publicaciones u objetos que se encuentran clasificados para la venta; por este medio las compañías pueden ofrecer de una manera más cómoda y efectiva todos sus productos (Minda y Villavicencio 2014).

Así también la Venta por Catálogo puede considerarse, como un sistema de distribución comercial para vender de forma inmediata productos o servicios, utilizando métodos de envío como el correo ordinario o las agencias de transporte, habiendo visto previamente el comprador los productos a través del catálogo. Vale precisar que este tipo de venta, tiene como principal herramienta al marketing visual o directo, por el cual el vendedor concentra sus esfuerzos en un mercado potencial, utilizando los mejores medios, con el objetivo de

solicitar una respuesta por teléfono, internet, correo ordinario o una visita personal de un cliente actual o potencial.

Según (Minda y Villavicencio, 2015) el concepto de venta por catálogo, cuenta con tres características importantes y específicas: constituye una alternativa a los métodos de venta tradicionales, al canal de distribución de mayoristas y minoristas; utiliza medios como, el teléfono, internet, correo ordinario, catálogo o visitas personales para la captación del cliente, la promoción y el envío de los productos; por último el cliente realiza la compra de la manera más cómoda, habiendo visto previamente los productos solicitados a través del catálogo de la compañía.

### **2.3.3. Sistema de venta directo**

Las ventas por catálogo forman parte del sistema de venta directo, esto es una modalidad comercial de ventas, que consiste en hacer llegar el producto directamente al consumidor mediante el contacto directo con el comprador; lo característico de esta modalidad es el lugar donde se realizan, por lo general este lugar suele estar dentro del radio o círculo del cliente, por ejemplo: la empresa Natura pretende vender sus productos de belleza, por ello decide contratar a ciertos colaboradores para que ofrezcan dichos productos a través del catálogo, los colaboradores valiéndose de las relaciones o parentesco

entre personas, buscan a la hermana, tía, compañera de trabajo, amiga, etc. para ofrecerles estos productos, en distintos lugares, puede ser en su trabajo, en su casa, en su centro de estudios o en algún otro lugar que frecuente los clientes.

#### **2.3.4. Ventas multinivel**

Este sistema de ventas fue pensado en la década de los 40 por una empresa estadounidense encarga de vender suplementos nutricionales conocida como “California Vitamins”, bajo la dirección de Carl Rehnborg, en un primer momento la empresa vendía sus productos en un determinado local, sobre todo en gimnasios, posteriormente utilizaron la venta de puerta en puerta para promocionar y vender sus productos directamente; sin embargo, al fundador de la empresa se le ocurrió plantear una alternativa, que ofrecía un ingreso extra para sus clientes con una inversión mínima y sobre todo les permitiría ser sus propios jefes; esta idea consistía en hacer que los clientes satisfechos de sus productos, pudiesen convertirse en vendedores de los mismos, estos a su vez tenían la posibilidad de reclutar más personas para que vendieran dichos productos, y así obtener un porcentaje extra de las ventas realizadas por estos últimos; hasta allí puede concebirse la definición básica de las ventas multinivel (Thompson, 2012).

Ahora bien, el concepto de multinivel ha ido cambiando y evolucionando con el tiempo, actualmente se lo conoce como un sistema de venta, en el cual se asignan determinadas categorías o cargos a las personas que participan y conforman dicho sistema, por ejemplo, en el caso de las empresas Unique y Natura, la categoría que ocupa el primer nivel de ventas, se encuentran las vendedoras o también llamadas colaboradoras, éstas a su vez han sido reclutadas y dependen de las líderes, ellas tienen un ingreso extra por las ventas que realicen las colaboradoras del primer nivel, quienes ocupan el segundo nivel de ventas son las gerentas, quienes se encargan de supervisar el trabajo y las ventas de las líderes, de esta manera se conforman los niveles y la cadena de ventas propia de estos sistemas.

### **2.3.5. El crecimiento y ganancia de las Ventas por catálogo en el Perú**

En el Perú la industria que lidera las ventas directas por catálogo, es la que ofrece artículos de belleza o cosméticos, primero se encuentra Unique – Yambal con 136 mil consultoras y 3.700 directoras o líderes, aproximadamente (Paan, 2017), el segundo lugar es de Natura con 93 mil consultoras (Natura, 2019), el tercero lo ocupa Avon.

El Perú ocupa el cuarto lugar en la región al registrar un mayor consumo per cápita (por persona) en cosméticos e higiene personal, por ello el rubro de la belleza se ha convertido en una industria

millonaria, solo en el Perú dicha industria tiene un crecimiento del 3% al 5% anual equivalente a S/3 392 millones; así mismo, la rentabilidad que alcanza cada negocio en este rubro es entre el 30% al 45%.

Esto se verifica en la publicación Perú Retail (2017), donde se afirma que las mujeres han aumentado su presupuesto de gasto, entre 15% y 20% de su salario para comprar productos de belleza e higiene, equivalente a S/ 1.500 al año según lo señala (Acevedo, 2019), presidente de del Gremio de Cosmética e Higiene Personal de la Cámara de Comercio de Lima. Este segmento de venta se encuentra dirigido para la clase media, tan es así que los sectores de la población C y D, con ingresos entre uno y tres sueldos mínimos mensuales, son los mayores consumidores de productos de belleza, aportando un 75% del total de la facturación de la venta directa por catálogo, otro dato importante es que, a nivel nacional el lugar o la ciudad donde más se producen ventas por catálogo es Lima (Gonzáles, 2019).

#### **2.3.6. Estructura en las ventas por catálogo de Natura**

En esta parte del trabajo es importante precisar que toda la información desarrollada a continuación, se ha recolectado mediante una entrevista personal con una ex líder en ventas de Natura, del departamento de Cajamarca, quién por propia voluntad solicitó mantener su nombre en reserva y proceder bajo el anonimato; sin perjuicio de ello y con el afán de mantener la ilación en la redacción y

sobre todo para procurar un mejor entendimiento en la estructura multinivel de Natura, se han retratado sus categorías y componentes de la manera más didáctica y comprensible para el lector.

### **A) Trabajadores directos de la empresa**

Aquí los prestadores de servicios mantienen un vínculo laboral directo con la empresa de cosméticos, en el cual existe un reconocimiento expreso de la relación de trabajo por parte de su empleador, por ello resulta evidente la prestación personal de servicios, subordinación y remuneración; entre ellos podemos encontrar al personal de confianza como los representantes de la empresa en cada país, el encargado de Marketing y publicidad, también a los trabajadores como los empleados de fábrica encargados de elaborar los productos de belleza, diseñadores gráficos de las revistas, administrador, asesor legal, etc.

### **B) Las Gerentes**

Son aquellos trabajadores o trabajadoras que también prestan servicios directos a la empresa, recibiendo a cambio una contraprestación económica, pero que a diferencia de los primeros, los gerentes son representantes oficiales de la empresa en los distintos departamentos del país, su función en cierta medida va aterrizando y concretizando las ventas de la empresa, para comprender más este tipo de actividad es preciso ejemplificar de la siguiente manera: en

Perú, existe una gerenta de Natura, Unique (o cualquier otra marca que se dedique al rubro de ventas por catálogo, pues la gran mayoría de estas empresas mantienen la misma estructura en las ventas) para Cajamarca, pero que a su vez tienen a su cargo, la responsabilidad de supervisar a las personas que conforman la sub siguiente categoría del sistema multinivel de cada empresa, quienes vendrían a ser las Líderes en ventas de cada sector.

Vale precisar que las gerentas de cada departamento, son las que usualmente tienen viajes financiados por las empresas a distintos países, enviadas con fines de capacitación en su trabajo; además también gozan de otros beneficios como, un sueldo fijo de la empresa, entrega vehículos para su uso personal y para las actividades que requiera la promoción o venta de productos; así mismo la empresa les otorga varios regalos que bien pueden ser productos o también algunos electrodomésticos, para ellas mismas o para las colaboradoras, que según la entrevista realizada a estas últimas, muchas veces nunca llegan.

En conclusión, esta categoría de trabajadoras es la última que guarda un vínculo laboral directo con la empresa proveedora y que goza de grandes beneficios, y a la vez tiene a su cargo la supervisión las líderes representantes de cada sector en su departamento.

### **C) Las Líderes**

Esta es una categoría intermedia de las ventas por catálogo; aquí las Líderes cumplen básicamente con tres funciones: la primera (al igual que todas las categorías de vendedoras por catálogo) es vender los productos de belleza que ofrecen los catálogos de Natura, pero claro las ventas en esta categoría son una obligación fijada en función a metas, que incluyen un monto mínimo de ventas por cada campaña. La segunda función es captar e inscribir a otras personas que quieran vender productos de Natura, mediante catálogo. La tercera función que realizan las Líderes, es supervisar y monitorear la actividad de venta que realizan las colaboradoras a las que inscribieron, para formar parte de las vendedoras en su sector, justamente por ello reciben la denominación de líderes, pues tienen bajo su responsabilidad la actividad productiva de las demás colaboradoras que se encuentran en el peldaño inferior de esta estructura.

Actualmente Cajamarca cuenta con 8 líderes a través de toda la región, estas líderes son asignadas en función al lugar donde radican o donde viven, por ejemplo, el sector San Martín cuenta con una líder, de igual manera cada provincia puede tener una líder y en caso de que no la hubiese, es la Gerente de Natura - Cajamarca la encargada de asignar a una líder que se encargue de supervisar a las vendedoras de determinadas provincias.

Según la entrevistada (Comunicación verbal, Anónimo, 2019), los requisitos que se necesitan para poder pertenecer a esta categoría son los siguientes: 1) Presentar el Curriculum Vitae a la gerente de Cajamarca, 2) Pasar un puntaje mínimo de 500 puntos en pedidos, equivalente a S/ 15.000 como mínimo, por cada campaña que dura 21 días, 3) Ser constante en los pedidos y pagar puntualmente, 4) Captar más vendedoras, ello implica tener como mínimo 17 inscritas y con 30 inscritas firman contrato para acceder a dicha categoría, sin perjuicio de que sigan inscribiendo más personas, 4 o 5 como mínimo por cada campaña. Ahora bien, los encargados de evaluar el Curriculum presentado y sobre todo el desempeño de la colaboradora para acceder a la categoría de líder, son la Gerente de Cajamarca, pero sobre todo los representantes y trabajadores directos de Natura de Lima.

Hasta el momento se aprecia que las ventas por catálogo, pertenecen a los nuevos sistemas productivos de venta piramidal o multinivel, el cual tiene como características principales, los niveles en las ventas y un flujo de retroalimentación en la cadena de ventas; por ejemplo, en el caso investigado, cada líder gana un porcentaje por los pedidos o ventas que realizan las colaboradoras que inscriban, dicho porcentaje es previamente fijado por la empresa y oscila entre el 20% y el 15% del total de las ventas que realicen las inscritas por cada campaña, esto equivale a S/ 500.00 o S/ 800.00.

Adicionalmente a ello, la empresa paga a cada líder un bono por inscribir a más vendedoras por 10 inscritas cada dos campañas, Natura paga entre S/. 1000.00 y S/ 800.00; en ese sentido una líder podía percibir, a parte de las ventas que ella realizara por cuenta propia, un ingreso aproximado de S/ 1800.00 cada campaña, es decir, cada 21 días; obviamente el monto de las ganancias varía según la cantidad de inscritas que se tenga y sobre todo en función del porcentaje total que fije la empresa por los pedidos que pasen las inscritas de las líderes (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019).

Lo antes mencionado, guarda una estrecha relación con la función de monitorear o supervisar la actividad productiva en la venta de cosméticos que realizan las colaboradoras, para ello las líderes cumplen las siguientes funciones, lo primero que hacen es registrar los datos completos de cada colaboradora (nombres completos, teléfono, dirección, edad y lugar de ventas), una vez que tienen dicho registro las líderes tienen tres formas de controlar la actividad productiva de sus colaboradoras, la primera es por "monitoreo", esto consiste en mantenerse siempre en contacto con las colaboradoras, para entregarles el catálogo, llamarlas constantemente o usar algunas redes de comunicación social para preguntarles si tienen pedidos,

para informarles de las ofertas, promociones y los lanzamientos de nuevos productos según sea la campaña.

La segunda forma de control es mediante "visitas" esto consiste en ir de casa en casa o al local donde las colaboradoras vendan los productos de Natura, una vez allí las líderes informan directamente sobre las ofertas o promociones de la empresa, así también les enseñan a registrar sus pedidos, las incentivarlas para que sigan vendiendo, siendo la forma más común de hacerlo mediante la entrega de presentes u obsequios de algunos productos de belleza o accesorios, que la empresa misma envía a cada líder para que estos a su vez sean repartidos a las colaboradoras y logren incentivar sus ventas.

La última forma que tienen las líderes para controlar las ventas o pedidos de las colaboradoras, es mediante una plataforma de internet, específicamente mediante una aplicación que les facilita y otorga Natura, cada líder ingresa a esta aplicación con un código o clave asignado por la empresa, dentro de dicha aplicación las líderes también ingresan el código de la colaboradora que desean supervisar y allí aparece todo el registro de ventas anteriores, los nuevos pedidos e incluso cuanto es el monto adeudado de las colaboradoras (Comunicación verbal, Anónimo, 12 de diciembre 2019).

A parte de estas modalidades de control, las líderes mantienen constante comunicación con la mayor parte de colaboradoras que inscribieron y que tienen bajo su cargo, las llamadas que realizan son para preguntarles cómo van en sus ventas, avisarles que hay nueva campaña, para alertarlas de que se vence el plazo para pasar pedidos o para que cancelen, además de ello la ex líder entrevistada (anónimo, comunicación persona, 12 de diciembre del 2019) refiere que las consultoras por lo general suelen llamar constantemente para preguntar sobre algunos productos, ofertas, promociones, o para que las líderes les aclaren algunos inconvenientes que tienen las colaboradoras para acceder a sus cuentas personales de la aplicación Natura.

Según la entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019), todo el trabajo antes descrito resulta estresante para las líderes, pues ellas tienen la responsabilidad y el deber de vigilar constantemente a varias personas, normalmente 100 colaboradoras, sumado a la tensión constante de llegar a la meta 5000 puntos (S/ 15.000) mínimos por cada campaña, para no bajar de categoría, y sobre todo la presión que reciben por parte de la Gerente de Cajamarca para cumplir con las metas de ventas, resulta un trabajo bastante abrumador para las líderes. Así también refiere que, en ocasiones cuando iban a cobrar, exponían su integridad, pues algunas personas se negaban a cancelar de los productos que ya habían

pedido y cuando insistían en el cobro mostraban una actitud violenta, que acababa en agresiones verbales de parte de algunas colaboradoras a las líderes; y respecto a las visitas que realizan las líderes, son ellas mismas que cubren los gastos de movilidad o incluso prefieren caminar, exponiéndose a varios peligros, con el afán de economizar costos y tratar de lograr obtener el dinero líquido, pues la empresa no les reconoce dichos gastos y menos aún les cubre con un seguro básico, ante los posibles y eventuales accidentes que puedan ocurrir mientras realizan el monitoreo de las ventas.

En cuanto al horario de trabajo, si bien es cierto no cuentan con un horario previamente determinado por la empresa; sin embargo, por la naturaleza de las labores de monitoreo y las visitas constantes que realizan a las colaboradoras, se requiere una disposición a tiempo completo, según la entrevista ex líder de Natura (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019) trabajaba tanto en la supervisión a las colaboradoras como en la venta de productos de lunes a domingo desde las 8.00 de la mañana hasta las 10.00 u 11.00 de la noche algunos días, pues las colaboradoras la llamaban constantemente para pasar pedidos o consultar ciertas dudas, y si ella no les contestaba, las primeras se quejaban directamente con la Gerente de Cajamarca, quién inmediatamente llamaba a la líder para reprenderle esta desatención con las vendedoras.

Según refiere la ex líder entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019), existen hasta tres tipos de capacitaciones para las líderes, las cuales son de carácter permanente y han sido previamente establecidas por la empresa, el primer tipo de capacitación se realiza una por campaña, en el salón del hotel Costas del Sol en Cajamarca, a dichas capacitaciones asiste de forma obligatoria la Gerente de Cajamarca y de manera opcional las líderes y las colaboradoras; dichas capacitaciones son realizadas por el personal de Lima que la empresa designe y en ocasiones por la Gerente de Natura en Cajamarca; los capacitadores se encargan de mostrar los nuevos productos que se ofrecen en las campañas, cuáles son las bondades de cada producto, los beneficios, como ya que horas se deben aplicar en caso de cremas o cosméticos, en caso de perfumes en que parte del cuerpo se debe aplicar la lesión para que dure más tiempo, etc; todo ello para procurar y lograr mayores y mejores ventas, cabe destacar que las líderes también se encargan de avisar, exhortar y convencer a las colaboradoras para que asistan a dichos eventos organizados por la empresa Natura.

El segundo tipo de capacitaciones son dirigidas especialmente para las líderes, se organizan bajo el nombre de reuniones una vez al mes en la ciudad de Cajamarca, por lo general dos o tres días antes de cada campaña; allí las líderes cubren todos los gastos, el traslado urbano si son de Cajamarca, si son de provincia según refiere la ex -

Líder entrevistada ella misma tenía que pagar sus pasajes hasta Cajamarca, la estadía, alimentación y movilidad dentro de la ciudad, allí la Gerenta las capacitaban sobre la campaña que venía los productos que se ofrecían, cómo debía ser su trato al cliente y como captar a más personas, además de ello cada tres campañas les entregan premios a la que tenía mejores ventas, a manera de incentivarlas.

La tercera modalidad de capacitaciones, según comenta la entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019) son dirigidas especial y únicamente para las líderes, se realizan en la ciudad de Lima, dos veces al año y cada jornada de capacitación dura un día como máximo, allí se desarrolla todo el contenido de las revistas con tres campañas por adelantado, al culminar las capacitaciones participan de una fiesta de premiación para la mejor vendedora de cada sector (área geográfica); vale precisar que para este tipo de capacitaciones la empresa cubre todos los gastos de las líderes, como pasajes interprovinciales, movilidad local, estadía que incluye hospedaje y alimentación.

Respecto al control que recibían las líderes, según la ex líder entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019) es la Gerente de Cajamarca quién se encarga de dirigir directamente la actividad productiva de las líderes, utilizando para ello

el teléfono celular; cada campaña la Gerente coordina con las líderes de cada sector (mediante llamadas telefónicas y por whatsapp) la entrega catálogos o presentes (productos de belleza o accesorios) enviados por la empresa Natura, para que las líderes vuelvan a repartir las revistas y los presentes a las colaboradoras que tienen bajo su cargo, con la finalidad de incentivar la continuidad en las ventas; en el mismo sentido la Gerente de Natura en Cajamarca se encarga de llamar constantemente a las líderes avisarles que participen en las capacitaciones antes mencionadas, de informarles sobre las promociones u algunas ofertas de ciertos productos, para supervisar como van las ventas en su sector, para saber si inscribieron o no a más vendedoras, pero sobre todo para presionar a las líderes que sigan pasando el puntaje mínimo de pedidos y que procuren generar mayor cantidad de ventas.

Respecto a las sanciones estas se aplicaban cuando no llegaban a la meta, es decir a pasar el puntaje mínimo de pedidos por cada campaña, equivalente a S/ 15.000, las sanciones eran relativamente graduales, en un primer momento si no llegaban a la meta, la Gerente de Natura en Cajamarca les reprochaba o llamaba la atención por el incumplimiento de las obligaciones que exige dicha categoría, y en el supuesto de que si en tres campañas consecutivas no llegasen a la meta, las líderes bajaban de categoría al nivel de las consultoras, ello significa que dejaban de percibir el porcentaje de dinero que recibían

por las ventas que realizaban sus vendedoras inscritas, así mismo la empresa dejaba de pagarles el dinero que recibían con el concepto de inscribir a más colaboradoras o vendedoras, dejaban de participar las capacitaciones de Lima y la Gerente de Cajamarca dejaba de considerarlas para las reuniones mensuales que se realizaban en Cajamarca. El segundo supuesto de sanción mucho más grave, se configura cuando una de las líderes no pagan a la empresa por los pedidos realizados, en este caso las líderes son automáticamente desactivadas del sistema de Natura y por último son reportadas al Registro Nacional de Deudores, para que las demás entidades financieras la consideren como morosa y no puedan tener créditos y para que las demás empresas que se dedican al rubro de venta de productos o accesorios de belleza por catálogo tengan conocimiento de su deuda y eviten contratarla como vendedora (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019).

Agrega la Ex líder de Natura entrevistada que las causas de su renuncia son: La presión que ejercía sobre ella la gerente de Natura - Cajamarca, el maltrato psicológico que ejercía sobre ella cuando en ocasiones no podía llegar a la meta de ventas y la falta de incentivos recíprocos y proporcionales de la empresa en función al trabajo que realizaba, el cúmulo de todos estos factores conllevó a estresarla demasiado y causarle ciertos malestares en su salud y algunas enfermedades; concluyendo finalmente en su renuncia definitiva a la

categoría de líder. Según refiere la entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, diciembre del 2019), la única forma de salir de dicha categoría es presentando oficialmente su carta de renuncia ante la Gerente de Cajamarca, y para que esta decisión sea aceptada, es necesario que la líder deje un inventario de sus inscritas o de las colaboradoras a su cargo y que deje todos los pedidos y deudas de dichas vendedoras completamente saneados, de lo contrario las líderes se pueden renunciar.

#### **D) Las Colaboradoras**

Ese es el último escalón en la cadena de ventas por catálogo, su función principal es la venta de productos de belleza o accesorios a través del catálogo, también reciben capacitaciones que se realizan por el lanzamiento de cada campaña en Cajamarca, otorgadas por la Gerente de Cajamarca o por el personal enviado por Natura desde la ciudad de Lima, y también (sobre todo en provincias) son capacitadas por las líderes de su sector.

Según la entrevista (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019), las consultoras son captadas e inscritas por las líderes de su sector, por esta razón se encuentran siempre bajo la supervisión de la líder asignada al lugar o sector donde radican o donde realizan las ventas; la líder a cargo, les entrega los catálogos, les informa sobre las promociones, pasan los pedidos de sus consultoras y siempre se

encuentran pendientes a las dudas o ayudas que requieran este tipo de vendedoras.

Anónimo (comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019) los requisitos para inscribirse como colaboradora son: un recibo de agua o de luz, copia del DNI y firmar algunos formatos de contratos enviados por Natura, para mantenerse dentro de esta categoría se necesita pasar como mínimo 55 puntos en productos por campaña, las reglas para este tipo de vendedoras son bastante flexibles por ello la mayoría de colaboradoras considera a la venta por catálogo como una actividad accesoria; en caso de que quisieran abandonar las ventas, basta con dejar de pasar pedido para retirarse.

Vale precisar que, en esta categoría de colaboradora, es decir, las vendedoras a su vez se sub dividen en varios sub niveles, estructurados en función a la cantidad de pedidos y de ventas que pasa cada consultora:

- a) El primer sub nivel y por ende también el más bajo de la categoría de colaboradoras, se denomina le denomina Bronce con 30% de ganancia, el mínimo exigido es 55 puntos.
- b) El segundo escalón lo ocupa el sub nivel de Plata con 30% de ganancia y un descuento de 20% en materiales de apoyo más

un reconocimiento por ascenso de nivel, el mínimo de puntaje exigido es 280 puntos por campaña.

- c) En tercer lugar, se encuentra el sub nivel de Oro, con un 30% de ganancia y 30% de descuento en materiales de apoyo, más reconocimiento por ascenso de nivel, el puntaje mínimo exigido es 570 puntos.
- d) El cuarto lugar lo ocupa el sub nivel Platino, con el 32% de ganancia, el 40% de descuento más reconocimiento por ascenso de nivel, más habilitación para participar en campaña de Destques, y la opción de ser evaluada para asistir a la Convención CN en Cartagena; el puntaje mínimo de pedidos es de 1200 puntos.
- e) El quinto lugar se encuentra el sub nivel de Zafiro, cuentan con el 35% de ganancia, el período de débito es de 28 días (7 días más que en el resto de niveles), tienen el 50% de descuento, reconocimiento por ascenso de nivel (pulsera y dije), queda habilitada a participar en campaña de destaques, tienen la opción de participar en la Convención de Cartagena en Colombia, el segundo envío es gratis; el mínimo de puntajes pedidos son 2000 puntos.

- f) En sexto y último sub nivel se encuentra el nivel más alto de ventas que pueden realizar las consultoras y se lo llama Diamante tiene el 40% de ganancia, el débito es de 28 días, tienen el 50% de descuento reconocimiento por ascenso de nivel, habilitadas a participar en campaña de destaques, opción de participar en la Convención CN de Cartagena en Colombia, el puntaje mínimo de ventas es de 5000 puntos, además ofrecen a las 5 mejores consultoras que ostenten el nivel de Diamante, serán reconocidas durante el viaje con una joya exclusiva por la empresa Natura

Las tres últimas categorías de Platino, Zafiro y Diamante ofrecen beneficios exclusivos para las colaboradoras que alcancen estos niveles de venta, por ejemplo: el ¡Viaje Convención CN! ofrece un viaje por 3 días y con todo pagado a Cartagena Colombia, el premio ¡Renueva tu Hogar! ofreciendo un juego de sala más comedor y por último un regalo sorpresa.

La principal diferencia entre los niveles son los beneficios que tiene ir subiendo las categorías, entre ellos está es el margen de ganancia, el reconocimiento por ascensos, el descuento en materiales de apoyo, este diseño de ventas multinivel ha sido implementado por la empresa con el afán de incentivar y motivar a las colaboradoras para ocupar

siempre los últimos niveles de venta, y así Natura obtenga mejores y ventas para su empresa.

## **2.4. ASPECTOS NORMATIVOS**

### **2.4.1. CONVENIOS APLICABLES DE LA OIT**

#### **2.4.1.1. Convenio 177 sobre Trabajo a Domicilio (1996)**

Es importante traer acotación este convenio, pues según lo publicado en el portal web oficial de la OIT, se debe considerar el trabajo a domicilio como otra forma de trabajo, aún con las particularidades que lo caracterizan, por ello no debe quedar exento de protección por parte de los estados miembros.

El Art. 1 del mencionado cuerpo normativo define y establece los siguientes criterios para determinar cuando estamos frente a la figura del trabajo a domicilio:

- a) “Cuando una persona realiza un trabajo en su domicilio o en otros lugares que escoja, distintos de los locales de trabajo del empleador”.
- b) Reciba una remuneración a cambio
- c) “(...) con el fin de elaborar un producto o prestar un servicio conforme a las especificaciones del empleador, independientemente de quién proporcione el equipo, los materiales u otros elementos utilizados para ello”. (OIT, 2017, p.3)

En cuanto al empleador lo define como: “(...) una persona física o jurídica que, de modo directo o por conducto de un intermediario, esté o no prevista esta figura en la legislación

nacional, da trabajo a domicilio por cuenta de su empresa”.  
(OIT, 2017, p.3)

El Art. 4 del precitado convenio menciona que, los Estados miembros, en la medida que sea posible deberán establecer políticas nacionales, regulando el trabajo a domicilio y procurando la igualdad de trato y de derechos con los trabajadores asalariados, teniendo en cuenta las características propias del trabajo a domicilio; así mismo indica que, cuando proceda se deberán aplicar las mismas condiciones y protecciones a cualquier otro tipo de trabajo idéntico o similar, al trabajo al domicilio, siempre y cuando guarde vinculación con la empresa, a la cual pertenecen (OIT, 2017).

En el mismo sentido se pronuncia la Recomendación N.º 186 de la OIT aprobada el 4 de junio de 1996, reafirmando lo desarrollado por el convenio 177; además de ello reconoce derechos laborales específicos para los trabajadores a domicilio, tales como: derecho a la sindicación, la remuneración en base a las tasas salariales mínimas establecidas por cada país, también menciona lo concerniente a la seguridad y salud en el trabajo, realzando el deber que tienen los empleadores de informar a los trabajadores a

domicilio acerca de los peligros o riesgos que puedan sufrir al desempeñar sus actividades, facilitar a los trabajadores las medidas u equipos de protección necesarios para asegurar su protección personal; también establece pautas respecto a las horas de trabajo, por ejemplo, que los trabajadores a domicilio deberán gozar de un descanso semanal remunerado, de igual manera con los días festivos y vacaciones remuneradas, comparable al de los trabajadores asalariados; y en los casos de culminación de la relación laboral los trabajadores a domicilio deberían gozar con la misma protección que establece la legislación de cada país, para el caso de trabajadores asalariados (OIT, 2017).

De lo antes mencionado se verifica que la OIT ampara y reconoce una forma de trabajo, diferente a la concepción tradicional que estamos acostumbrados y no solo eso también exhorta a los demás Estados para que regulen este tipo de trabajo, y con ello queda expedita la facultad de los trabajadores a domicilio para el goce de los demás derechos laborales como a constituir o a afiliarse a las organizaciones que sindicales y a participar en sus actividades, protección contra la discriminación, la remuneración, la protección en materia de seguridad y salud en el trabajo, entre otros.

**Formas atípicas de empleo.** Según el portal web de la OIT (2017), el trabajo atípico es un término genérico, que utiliza para designar distintas modalidades de empleo, los cuales defieren del empleo tradicional o estándar; los empleos atípicos a su vez incluyen, el empleo temporal, el trabajo multipartita, el empleo encubierto, y el empleo por cuenta propia económicamente dependiente; para una mejor comprensión, se desarrollarán las todas las categorías antes mencionadas:

**a) Contratos de duración determinada,** las empresas optan por contratar personal por los beneficios que acarrearán, por ejemplo: se somete la contratación de personal a un tiempo de prueba, para que durante este lapso de tiempo el empresario pueda verificar si el personal es apto para ser contratado en el puesto de trabajo indefinidamente, también permiten reemplazar a un trabajador ausente y por último permite mayor flexibilidad a las empresas para responder a las demandas o cambios de mercado, es el caso de los contratos de temporada, dichos supuestos se encuentran regulados como contratos modales en la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, sin embargo, es lamentable que algunas empresas hayan llegado a depender de los contratos de duración determinada, tan es

así que suelen emplear estas modalidades contractuales para labores permanentes de la empresa, en lugar de contratar permanentemente o a tiempo indeterminado como lo prevé la ley.

**b) Relación de trabajo multipartita**, esto se presenta cuando los trabajadores no son contratados directamente por las empresas a las que prestan servicios, sino que se contrata mediante un intermediario; es así que, en lugar de intervenir dos sujetos (empleador y trabajador), interviene un tercero y se conforma una relación en triángulo, para graficarlo textualmente se entiende, que en la parte inferior se encuentra el trabajador y la empresa interviniente, mientras que en la parte superior se encuentra la empresa en la cual se realizará la prestación de servicios, este supuesto ha sido regulado en nuestro país bajo la figura de intermediación y tercerización laboral.

**c) Empleo encubierto.** En estos casos lo que se busca es cubrir una determinada realidad laboral, con la finalidad de anular o atenuar la protección legal que se otorga a los trabajadores formales.

Al respecto la Organización Internacional del Trabajo (2017), menciona que la mayoría de sistemas jurídicos

adoptan dos grandes clasificaciones en cuanto al derecho del trabajo, está el trabajo asalariado dependiente y el trabajo por cuenta propia o independiente, por lo general los países toman como referente para legislar en materia laboral al trabajo asalariado dependiente. Sin perjuicio de ello, existen ciertas zonas grises entre las categorías antes mencionadas, esto se presenta cuando algunas relaciones de empleo resultan ser ambiguas, es decir que los requisitos esenciales de la relación jurídica laboral son poco claros, generando una incertidumbre en los derechos y obligaciones de las partes de una relación laboral, por ejemplo: el trabajador presta servicios a una empresa bajo un contrato diferente al contrato de empleo pero sus ingresos dependen de uno o de unos pocos clientes, y recibe instrucciones directas sobre cómo ha de realizar el trabajo (OIT, 2017, p. 7).

El trabajo encubierto presenta una apariencia distinta a la realidad subyacente, con la intención de anular o atenuar la protección que la ley brinda a los trabajadores. Puede suponer el ocultamiento de la identidad del empleador contratando a los trabajadores a través de un intermediario, o de emplear al trabajador mediante un contrato civil, comercial o cooperativo. Por lo tanto, el trabajador es deliberadamente clasificado de manera incorrecta como independiente, por cuenta propia, aunque de hecho tenga una relación de empleo subordinada. (Organización Internacional del Trabajo, 2017, p.9)

Los empleos encubiertos suelen ir de la mano con el crecimiento de las economías basadas en las ocupaciones transitorias, o economía por encargo; esto consiste en: asignar un determinado trabajo a una persona mediante plataformas web o aplicaciones, vale precisar que en la mayoría de estos trabajadores en esta economía, casi siempre son catalogados como contratistas o colaboradores independientes, sin tener en cuenta que su remuneración depende del trabajo asignado por la aplicación o de la plataforma web asignada.

El problema radica en que estas realidades no se encuentran formalmente incluidas por la ley laboral, esto implica que no reciban los beneficios que otorga la legislación laboral de cada país, es decir que no reciben un salario mínimo, no tienen un seguro de vida y tampoco el permiso remunerado por enfermedad. Además de ello, los trabajadores corren el riesgo de ser privados del ejercicio algunos derechos fundamentales como la libertad sindical, a la negociación colectiva, el derecho a la jornada mínima de trabajo, entre otros.

**d) Trabajo autónomo económicamente dependientes**

**(TRADE)**, esto se presenta en situaciones no encubiertas y no informales, en las que el trabajador mantiene es económicamente autónomo, pero aun así mantiene un fuerte grado de subordinación y dependencia económica de su proveedor. Vale precisar que algunos países europeos, los trabajadores económicamente dependientes son protegidos por una serie de derechos individuales y colectivos, dentro de los primeros se les otorga seguro de vida y algunas bonificaciones, respecto a los derechos colectivos se les permite formar parte de las negociaciones colectivas o del sector.

En cuanto al contexto, donde se desarrollan este tipo de empleos, se aprecia que los países en vías de desarrollo los trabajadores atípicos representan una cantidad de fuerza de trabajo importante. El crecimiento del empleo atípico en las últimas décadas, genera mayor inseguridad e inestabilidad laboral, creando dificultades no solo para los trabajadores sino también para las políticas de formalización que promueven los Estados.

A modo de conclusión vale precisar que la OIT reconoce que el trabajo puede revestir formas contractuales variadas. El objetivo no es que todo el trabajo se ajuste al modelo típico, sino más bien que todo el trabajo sea decente.

#### **2.4.1.2. La Recomendación 198 sobre Relación de Trabajo del 2006**

Para el desarrollo de este documento se ha considerado varios aspectos, entre ellos, la protección que merecen los trabajadores, por calificase el mandato esencial de la Organización Internacional del Trabajo, considerando también la dificultad que supone esclarecer la existencia de una relación de trabajo, cuando las obligaciones y derechos de las partes resultan ambiguas o poco claras, cuando se ha tratado de encubrir una relación laboral o también cuando existan deficiencias o limitaciones en la legislación o para su interpretación, considerando además que las dificultades para determinar con claridad la existencia de una relación de trabajo, suponen un grave problema no solo para los trabajadores directamente perjudicados, sino también para su entorno familiar, la sociedad y el Estado.

En virtud la Recomendación 198 exhorta a los estados miembros a regularizar y cumplir las siguientes pautas:

Establecer políticas nacionales de protección de los trabajadores vinculados por una relación de trabajo, estas políticas deberían incluir varias medidas, entre las que destacan para el presente trabajo son:

- a) Proporcionar información suficiente a los interesados, especialmente a las partes intervinientes en una relación jurídica laboral, dicha información deberá estar orientada a determinar la existencia de una relación de trabajo.
- b) Luchar contra las relaciones de trabajo encubiertas, en el contexto de, por ejemplo, otras relaciones que puedan incluir el recurso a otras formas de acuerdos contractuales que ocultan la verdadera situación jurídica, entendiéndose que existe una relación de trabajo encubierta cuando un empleador considera a un empleado como si no lo fuese, de una manera que oculta su verdadera condición jurídica, y que pueden producirse situaciones en las cuales los acuerdos contractuales dan lugar a que los trabajadores se vean privados de la protección a la que tienen derecho.

Ahora bien, a fin de facilitar la determinación de cuando existe una relación de trabajo, la OIT ha establecido los siguientes parámetros:

- a) Admitir una amplia variedad de medios para determinar la existencia de una relación de trabajo.
- b) Consagrar presunciones legales de la existencia de una relación de trabajo cuando se dan uno o varios indicios

- c) Se debe considerar el hecho de que el trabajo: se realice según las instrucciones de otra persona; que el mismo implica la integración del trabajador en la organización de la empresa; que es efectuado única o principalmente en beneficio de otra persona; que debe ser ejecutado personalmente por el trabajador, dentro de un horario determinado, o en el lugar indicado o aceptado por quien solicita el trabajo; que el trabajo es de cierta duración y tiene cierta continuidad, o requiere la disponibilidad del trabajador, que implica el suministro de herramientas, materiales y maquinarias por parte de la persona que requiere el trabajo.
  
- d) El pago de una remuneración periódica al trabajador; de que dicha remuneración constituye la única o la principal fuente de ingresos del trabajador; de que incluye pagos en especie tales como alimentación, vivienda, transporte, u otros; de que la parte que solicita el trabajo paga los viajes que ha de emprender el trabajador para ejecutar su trabajo.

De ello se desprende que el máximo exponente y referente en temas del derecho del trabajo no solo contempla, sino que también recomienda a los Estados miembros, que reconozcan y regularicen situaciones de empleo diferentes a las convencionales, en ese sentido también recomiendan que los Estados adopten ciertas políticas para combatir todas las dificultades y el aumento de empleos encubiertos.

### **2.4.1.3. Informe de la Organización Internacional del Trabajo, en adelante OIT. (2016) Empleo atípico en el mundo: Retos y Perspectivas**

Este informe se realizó a propósito de la reunión celebrada el 2015 por la Organización Internacional del Trabajo, en la cual participaron representantes tanto de trabajadores como de empleadores, y el consejo de administración de la OIT, para debatir durante cuatro días, lo concerniente a las formas atípicas de empleo, los factores que influyen para el aumento de trabajo atípico y los desafíos que deben afrontar los Estados miembros para regularizar dicha situación y plantear una agenda de trabajo decente para las personas con empleos atípicos.

La preocupación por abordar este tema de empleos atípicos se encuentra que, a comparación de los trabajos típicos, estos cuentan con mayores beneficios pues están regulados por la legislación de cada país, otorgándole mayor estabilidad y protección laboral; mientras que los empleos atípicos suelen asociarse con informalidad, flexibilidad y mayor inseguridad laboral. Por lo general esto suele ser infravalorado por las empresas y muchas veces llegan a subestimar las consecuencias de fomentar o

contratar atípicamente, dentro de las consecuencias negativas está en que las empresas lleguen a depender de este tipo de contratación, y que esto puede afectar no solo a los trabajadores y a su entorno, sino que también afecta a la economía; estas consecuencias negativas incluyen, riesgos para la sostenibilidad de los sistemas de seguridad social, el aumento de la volatilidad de los mercados de trabajo y un escaso rendimiento económico.

Posteriormente el informe especifica los factores que ocasionan la creación y aumento de los empleos atípicos; dentro de ellos se encuentran: el cambio en la estructura de las economías con el paso de la agricultura y la industria a la prestación de servicios, los avances tecnológicos, la presión que trae consigo la globalización.

Respecto al incremento del sector servicios, se aprecia que en las últimas décadas la prestación de servicios se ha extendido por todo el mundo, esto acarrea mayor demanda en los servicios y con ello las empresas a su vez deben demostrar su flexibilidad organizativa, que por lo general implica la implementación y versatilidad en el empleo.

El otro factor que definitivamente ha fomentado los empleos atípicos es la globalización, y las presiones respecto a la producción que ha traído consigo, para comprender esto es preciso graficar la cadena de producción que se vive actualmente; la globalización es un fenómeno mundial que busca interconectar los mercados de varios países, intensificando continuamente la competencia internacional, elevando la producción de bienes y aumentando las cadenas mundiales de suministro, esta feroz competencia entre proveedores, junto con la presión exigencia de los compradores para reducir los costos; toda esta situación ocasiona que las empresas proveedoras contraten personal mediante contratos temporales cuando en realidad realizan actividades permanentes, y que cambien constantemente de personal, y en algunos casos (según se preste la actividad) las personas son reclutados como colaboradores externos o independientes; todo ello con la finalidad de reducir gastos, para beneficio propio (de la misma empresa) o para mantener el precio de los bienes productos o servicios ofrecidos, y así poder lidiar con la competencia.

Por su parte la tecnología, también juega un rol muy importante en la contratación atípica; es imposible negar que el avance de cadenas mundiales van de la mano con

los avances tecnológicos, los que sin duda han permitido mejorar la organización y logística para vender a una escala internacional; sin embargo, la tecnología también ha generado la creación de nuevas formas de trabajo, por ejemplo: el teletrabajo, el trabajo a través de plataformas de internet, el trabajo a pedido mediante aplicaciones u otro tipo de herramientas.

#### **2.4.2. Constitución Política del Perú**

##### **A) Estado y Trabajo – Art. 23**

El trabajo en sus diversas modalidades, es objeto de atención prioritaria del Estado (...) Con esta primera parte del texto constitucional, el Estado deja entrever que el trabajo tiene distintas modalidades o formas de realizarse, abriendo de esta manera la posibilidad de entender al trabajo de forma más amplia, y no siempre bajo los esquemas o parámetros clásicos sobre los cuales se han concebido al trabajo. Entonces se puede apreciar que el Estado no solo reconoce las diferentes modalidades del trabajo, sino que además los considera (a las diversas modalidades del trabajo) como objeto de atención prioritaria, ello implica otorgarles el reconocimiento y la protección que merecen por el solo hecho de ser trabajadores.

El segundo párrafo del artículo 23 menciona que, "El estado promueve condiciones para el progreso social y económico, mediante políticas de fomento de empleo (...)" estas condiciones deberían ser las medidas legislativas adoptadas por el Estado, que permitan reconocer formalmente en la ley de la materia las distintas modalidades de trabajo, para luego de este reconocimiento legislativo se les otorgue todos los beneficios y la protección al igual que a los trabajadores dependientes.

### **2.4.3. Ley de Productividad y Competitividad Laboral**

#### **A) Definición de Relación Jurídica de Trabajo**

El primer párrafo del Art 37, del mencionado decreto establece de entrada que, "En toda prestación de servicios remunerados y subordinados se presume, salvo prueba en contrario la existencia de un trabajo por tiempo indeterminado (...)" De ello se desprende lo siguiente: Primero una relación jurídica laboral se presenta cuando se realiza una prestación personal de servicios, la misma que deberá estar subordinada al empleador y como consecuencia de dicha prestación la persona percibe una remuneración. Segundo, la misma ley establece como elementos esenciales para determinar la existencia de una relación jurídico laboral a la prestación personal de servicios, la subordinación y la remuneración.

Respecto la prestación de servicios, el Art. 38, menciona las características que debe reunir este elemento para que dicha prestación pueda ser de naturaleza laboral, lo primero es que la prestación deberá ejecutarse de forma directa por una persona natural, solamente por el trabajador; sin embargo de manera excepcional dicha prestación podrá ser ejecutada por los familiares directos del trabajador (en forma de apoyo), pero siempre y cuando dicha ayuda sea usual en la naturaleza de las labores que realiza el trabajador.

En cuanto a la remuneración, el Art. 39, menciona que, para efectos de la ley antes mencionada, constituye remuneración el íntegro de lo que el trabajador recibe por sus servicios, esta contraprestación puede ser entregada en dinero o en especie, o cualquiera que sea la forma que se dé; siempre y cuando sea de libre disposición por el trabajador.

En referencia al último elemento de la relación jurídica laboral, el Art. 42 del precitado decreto legislativo, establece las características o sub elementos que a su vez conforman la subordinación, como el poder de dirección, mediante el cual el trabajador presta sus servicios bajo la dirección su empleador, quién a su vez tiene facultades para normar reglamentariamente las labores, dictar las órdenes necesarias para la ejecución de las mismas y también

posee la facultad de sancionar disciplinariamente al trabajador por cualquier infracción o incumplimiento.

En relación a los elementos de prestación personal de servicios y de subordinación, también se hace presente la facultad del empleador para capacitar a sus trabajadores, en ese sentido el Art. 127 menciona que, "El empleador está obligado a proporcionar al trabajador capacitación en el trabajo, a fin de que éste pueda mejorar su productividad".

Según el Art.129, los lineamientos y las finalidades de la capacitación son: "(...) Incrementar la productividad, actualizar y perfeccionar los conocimientos y aptitudes del trabajador en la actividad que realiza, proporcionar información al trabajador sobre la aplicación de nueva tecnología (...)" El desarrollo de la capacitaciones son parte de las relaciones de trabajo, una obligación a cargo del empleador que estará orientada para beneficiarlo indirectamente a él, pues mientras más capacitados estén los trabajadores mejor será su producción o mejor desarrollarán las labores asignadas. En conclusión, las capacitaciones otorgadas por el empleador para mejorar o aumentar la productiva indican la presencia de una relación laboral, esto deberá tomarse en cuenta para las diversas modalidades trabajo.

## **B) Extinción de la relación laboral**

Como una de las causas de la extinción de la relación laboral, se encuentran las causas justas de despido relacionadas con la capacidad del trabajador, reguladas en el Art. 59; de todas ellas las que será analizada en el presente trabajo de investigación es "El rendimiento deficiente en relación con la capacidad del trabajador y con el rendimiento promedio en labores y bajo condiciones similares".

En el mismo sentido se encuentran las faltas graves, tipificadas en el literal a) del Art. 61. Específicamente " (...) el incumplimiento de las obligaciones de trabajo que supone, la reiterada resistencia a las órdenes relacionadas con las labores, la reiterada paralización intempestiva de labores (...)"

La razón de fondo de estos dos presupuestos que extinguen la relación laboral, es que el trabajador deja de producir o de cumplir de manera eficiente las obligaciones asignadas en el contrato; en una relación común de trabajo dependiente no habría mayor problema para subsumir la falta y cortar el vínculo laboral; sin perjuicio de ello, estos supuestos bien pueden ser trasladados a las relaciones de trabajo no convencionales o diferentes a las tradicionalmente conocidas, y aun cuando resulte complicado la subsunción debe analizarse si el empleador tiene la facultad de

despedir, inactivar o suspender la actividad, cuando el prestador de servicios presente un rendimiento deficiente respecto al rendimiento promedio de las labores o también cuando el prestador de servicios se niegue reiteradamente a cumplir las tareas asignadas por el empleador.

#### **2.4.4. ESTADO DE LA CUESTIÓN**

Tantalean y Guerrero (2016). Análisis Comparativo del Comportamiento de Compra que Realizan las Mujeres entre 20 y 30 años a través de Catálogo y Canal Tradicional, el año 2016 (tesis de pregrado). Encuestaron a 382 mujeres encontrando que aquellas de 26 años de edad (13%) prefieren realizar sus compras de ropa en las tiendas por departamento y las de entre 21 y 24 años (1%) prefieren comprar en catálogo. Sin embargo, un 4 % prefiere realizar sus compras en ambos canales. Los investigadores refieren que los factores de preferencia son: la seguridad, las posibilidades de pago y el buen trato; estos factores según las encuestas realizadas, resultan favoreciendo la preferencia de compras por catálogo, mientras; cierto grupo elige la compra rápida, puesto que a diferencia de la compra por directa éstas ya no tendrían que perder tiempo buscando la ropa adecuada según su gusto y de elección. Es por ello que solo el 5% de las mujeres entre 20 y 30 años eligen la compra por catálogo. Finalmente, los autores concluyen que el comportamiento de compra de las mujeres varía a lo largo del tiempo

y está en función de la edad, encontrándose que las de 20 y 30 se inclinan por la compra directa.

Castillo (2013). La Dimensión Subjetiva del trabajo en vendedoras y vendedores por catálogo (tesis de maestría). La investigación menciona que la idea de flexibilidad del tiempo es fundamental en las ventas por catálogo, sin embargo, esto se convierte en un factor engañoso, en la medida en que poder trabajar a cualquier hora y en cualquier lugar puede representar una mayor carga laboral. Y según los datos recogidos en la mencionada investigación las personas entrevistadas refieren que trabajaban o venden en los tiempos tradicionalmente destinados al descanso y el goce, como los días festivos y las noches. Otro tema tratado es, la informalidad con que se desenvuelven estas empresas, al momento de contratar a sus vendedores, y al no reconocerlos como trabajadores, situación que definitivamente conlleva a la precariedad, pues a diferencia de un empleo permanente, este procurará en el trabajador la sujeción a un sistema de seguridad social, permitiendo al individuo configurar proyectos de vida en el que él pueda desarrollarse como persona. Mientras que, en las ventas por catálogo, el trabajador carece de un sistema de seguridad social que lo proteja de una manera regular, tampoco cuentan con una estabilidad de ingresos para su sustento económico.

Minda y Villavicencio (2014). Plan estratégico de marketing para la comercialización por catálogo de la empresa Veramoda del Cantón Ibarra provincia de Imbabura – Ecuador (tesis de pregrado). Esta investigación, tiene un enfoque dirigido a las estrategias de marketing que debe tener una empresa, al promocionar o dedicarse a la venta por catálogos. Las autoras consideran que las razones del auge de la venta por catálogo se encuentran en: menor tiempo disponible para realizar las compras, oferta amplia de productos, la posibilidad de estar en casa permite la realización de una compra más meditada, referencias de artículos que no se encuentran en las tiendas. Las otras ventajas que revela este tipo de venta, es que no requiere de un cuantioso capital para empezar, hay libertad de horario, no importa el nivel educativo que se tenga, hay capacitación, incentivos, premios, etc.

Fabio Bermúdez (2015). Venta directa por catálogo en Cali: hacia una conceptualización del trabajo (tesis de pregrado). Considera que la venta directa, más allá de la distribución obedece a la reproducción ampliada del capital, a través del cual las empresas suprimen los intermediarios ocupándose ellas mismas de todo el circuito de producción y distribución. Es así que las transformaciones económicas han convergido en procesos de fragmentación en torno al trabajo. Tal es el caso de la venta directa cuya naturaleza flexible en tiempos, espacios, mundos domésticos y extra domésticos, y el

peso del consumo en las dinámicas socio laborales, se traduce en la constitución de identidades híbridas entre las mujeres que conforman su fuerza de trabajo.

Respecto a los integrantes de este de negocio, el autor refiere que por lo general son mujeres, amas de casa sin previa trayectoria laboral remunerada y bajamente escolarizadas, considerando esto como actividades extra-domésticas remuneradas.

Entre las condiciones de la venta directa, destacan la precarización laboral caracterizada por los bajos ingresos que deja a sus vendedores, jornadas flexibles que dificultan la estimación de cuánto tiempo se trabaja en la venta directa y cuánto en las tareas domésticas, estrés producido por conflictos con los clientes a partir de los riesgos crediticios, etc.

El autor concluye criticando, que los procesos de flexibilización, junto con la organización empresarial de la venta directa, están orientadas a ahorrar costos, mediante un contrato mercantil que desobliga a las empresas del pago de prestaciones sociales, y al endosa miento del riesgo crediticio a las consultoras.

Maturano (2017). Trayectorias laborales y reproductivas de revendedoras de cosméticos Avon en La Plata – Argentina (tesis de

pregrado). Este trabajo de investigación aborda el tema las ventas por catálogo, desde las vivencias de mujeres que son madres o están embarazadas, muchas de ellas tenían un trabajo dependiente, sin embargo se vieron obligadas a dejarlo, pues difícilmente podrían sobrellevar estas dos responsabilidades, es así que encontraron una forma de ingresos bastante atractiva en las ventas por catálogo, las mujeres que tienen hijos pequeños, muestran mucho esfuerzo y organización de tiempos, compartir la responsabilidad, según los testimonios recogidos en la investigación, dedican más tiempo a este tipo de ventas cuando disminuyen las necesidades y cuidados de sus hijos, que por general va de la mano con incremento de la edad de los mismos. Vale precisar que los trabajos extra domésticos, realizados después de interrumpir su trayectoria laboral, tienen un formato más precario con menores derechos y menor remuneración, y si bien el ingreso monetario propio no es garantía de autonomía económica.

El trabajo de las revendedoras de cosméticos de la empresa Avon refleja una forma de trabajo precaria que se traduce en la trasposición de los espacios y tiempos del trabajo con los del no trabajo, del trabajo remunerado con los del no remunerado. Este fenómeno se manifiesta en una organización difusa y flexible de la jornada laboral caracterizada por su carácter discontinuo –no lineal– y por el uso intensivo de la fuerza de trabajo. Entendido como un como un trabajo

no clásico, es aquel que no está subordinado a un solo patrón o integrado a una sola empresa, sin contrato por tiempo indeterminado, sin tiempo completo, desprotegido. La autora reconoce que una de las características de este trabajo es que las vendedoras no reciben aportes jubilatorios, pese a que algunas de las entrevistadas, han pasado bastante tiempo vendiendo productos, algunas empezaron desde los 13 años, dedicando toda su vida a este negocio, dejando el futuro de estas mujeres, a la deriva.

Juan Mazariegos (2009). Estudio de los elementos que intervienen en la venta directa por catálogo, en una empresa dedicada a la distribución de ropa y productos para el hogar- Guatemala (en la tesis de maestría). Su investigación considera que las empresas de venta directa siguen creciendo en volumen y facturación alrededor del mundo, siendo Latinoamérica, uno de sus puntos de crecimiento más rentables. Uno de los factores para ello son las estrategias de ventas que determinan lo que se quiere vender; una vez establecidos los lineamientos de venta, se deberán tener en cuenta los recursos humanos o trabajadores, considerando el aprovisionamiento de personal: descripción del puesto, fuentes y medios de reclutamiento, proceso de selección, y un programa de inducción. Es así que el puesto de vendedora por catálogo requiere que la persona realice la función de venta desde que se contacta al cliente hasta que recibe el producto solicitado; también deberán contar con un perfil detallado y

específico con orientación hacia las ventas. La investigación concluye, determinando los pasos que deberían seguirse en un proceso de selección de las vendedoras por catálogo: se inicia con la recepción de solicitudes de empleo, seguido por la verificación de referencias personales, entrevista inicial, prueba técnica y explicación del cargo, previo a la decisión final de contratación.

Acebedo y Enao (2015). Aportes del trabajo invisible de algunas mujeres que venden por catálogo los productos de la empresa BELCORP en el área Metropolitana de Valle de Aburrá durante el 2015 (tesis de maestría). La investigación fue desarrollada con enfoque de género y dio como resultado la visualización, de los múltiples aportes, de los cuales las mujeres son la fuente de ingreso más importante de la señalada empresa, pese a ello no cuentan con un reconocimiento social, normativo y económico que ameritan.

Considera que los aportes y el trabajo realizado por las mujeres, son la distribución del pedido, la recolección de la cartera que trae consigo un ejercicio contable, la red de comercialización, el puesto de trabajo, el ahorro que obtiene la empresa en términos de seguridad social por la fuerza de trabajo del grupo de consultoras, los gastos en los que incurren las mujeres para el desarrollo de la actividad (pasajes, servicios públicos, materiales e insumos), todo ello constituye una de las fuentes importantes de ganancia de la

empresa ya que no establece una relación laboral con este grupo de mujeres, y en buena medida se beneficia directamente de los imaginarios de belleza impuestos socialmente.

De otro lado las mujeres que se desenvuelven en este campo, lo hacen sobrellevando trabajo doméstico, con las ventas por catálogo, esto representa no sólo un aporte, sino que es una de las razones fundamentales por las cuales no se puede establecer la relación laboral, ya que según la autora, camuflan el tiempo que estas emplean para la actividad bajo el discurso de ser un tiempo que ellas comparten con las actividades del hogar, dejándolo, como se mencionó en el análisis, como un tiempo donado, por el cual las mujeres no reciben ninguna retribución y del cual ellas no tienen conciencia ni control. Es así que las vendedoras perciben los ingresos económicos que obtienen de las ventas por catálogo como un ingreso “extra”, en la medida que no está enmarcado bajo un contrato laboral y que es, en comparación con un salario mínimo legal vigente, mucho menor, y por ende tampoco tienen o gozan de los derechos y beneficios laborales según la ley.

Alvaro Osatti, en la tesis: Las trabajadoras de ventas por catálogo en América Latina, hacia una estrategia normativa de acción sindical. Considera que lo característico del sector es que las empresas no reconocen la condición de dependientes de sus vendedoras y, en

cambio, utilizan expresiones como: “revendedores”, “agentes comerciales”, “distribuidores”, “representantes”, “franquiciados”, “consultores”, “promotores”, intermediarios” o, como lo utilizan las Cámaras, “fuerza de ventas”. Ello con el afán de no reconocerles derechos laborales, de paso que ahorran dinero.

Sin embargo, en la investigación, se logran entrevistar a varias mujeres dedicadas a la venta por catálogo, sobre su trabajo y su estilo de vida. Muchas de sus testimonios reflejan un gran descontento, sobre todo por las los riesgos a los que se exponen, por no tener ninguna protección frente a ello y tampoco por recibir algún reconocimiento de sus derechos pensionarios. En tal sentido las trabajadoras vieron la necesidad de agruparse y conformar un sindicato para velar por el reconocimiento de sus derechos más básicos. Esto ciertamente ha traído sus frutos, siendo uno de los más resaltantes que un diputado presentara en el Parlamento, un proyecto legislativo dirigido a reconocer la condición laboral de las trabajadoras, el cual no fue aprobado.

## CAPÍTULO III

### 3.1. Comprobación de Hipótesis

#### 3.1.1. Se configura la prestación personal de servicios

El Art. 37 del TUO de la ley de Productividad y Competitividad Laboral, establece lo siguiente: "En toda prestación de servicios remunerados y subordinados se presume, salvo prueba en contrario la existencia de un trabajo por tiempo indeterminado (...)" y entendiendo a la prestación de servicios como la actividad propiamente dicha que realizan los trabajadores y cuya utilización por parte del empleador es objeto del contrato de trabajo, de ello se desprende que la propia ley considera a la prestación de servicios como uno de los presupuestos esenciales para determinar la configuración de una relación de trabajo.

Además a ello la Ley de Productividad y Competitividad Laboral establece que la prestación de servicio deberá ejecutarse de forma directa y por una persona natural, únicamente por el trabajador, y de manera excepcional dicha prestación podrá ser ejecutada por los familiares directos del trabajador (en forma de apoyo), pero siempre y cuando dicha ayuda sea usual en la naturaleza de las labores que realiza el trabajador, de esto se desprende el carácter personalísimo que deberá tener la prestación personal de servicios, la cual siempre deberá ser desarrollada por una persona natural a la cual la ley le otorga protección y beneficios; de tal manera la tarea o la prestación comprometida y asignada por el empleador la cumple el trabajador, sin

asistirse por dependientes a su cargo y menos aún transferirla a un tercero, salvo la excepción antes mencionada (Mujica, 2007, p. 24); si por el contrario la prestación se desarrollara por una persona jurídica o a un tercero por cuenta propia, la relación se desnaturaliza, y ya no estaremos ante una relación jurídica laboral sino ante una relación de naturaleza civil como la locación de servicios. Vale recalcar que la prestación del servicio o las actividades que van a realizar los trabajadores se plasman en el contrato de trabajo y es precisamente que bajo estos lineamientos que los trabajadores deberán realizar la o las actividades convenidas entre ambos.

En la presente investigación se verifica la prestación de servicios realizada por las vendedoras de catálogo que ocupan la categoría de líderes a favor de la empresa Natura, por las siguientes razones:

Para comprender la forma manifestarse del primer elemento de la relación laboral, que vendría a ser la prestación personal de servicios es importante entender primero que el modo de venta y de funcionamiento de la empresa Natura pertenece al sistema de ventas multinivel, la actividad productiva está estructurada en distintos niveles los cuales obedecen a la cantidad de ventas que se realicen en cada uno y dependiendo del nivel donde se encuentren (y el número de ventas), se les asigna determinados cargos o categorías, de esta manera la única manera de escalar o ascender de nivel es vendiendo

más productos. Ahora bien, según refiere la ex líder de Natura en el sector San Marcos (Provincia de Cajamarca) existen tres niveles de ventas por catálogo en Natura, las que ocupan el nivel más bajo de esta estructura de ventas son llamadas colaboradoras, precisando que este nivel a su vez se sub divide en cinco franjas o sub categorías de venta la más baja es el de Bronce (30% de ganancia en cada venta) el mínimo para pasar pedidos en Natura es 55 puntos, en el segundo lugar está la franja de Plata (30% de ganancia en cada venta) el mínimo de puntaje exigido es 280 puntos por campaña, el tercer lugar lo ocupa la franja de venta Oro (30% de ganancia) el puntaje mínimo exigido es 570 puntos, el cuarto lugar en la franja de ventas para la sub categoría de Platino (32% de ganancia por cada venta) el puntaje mínimo de pedidos es de 1200 puntos, la quinta franja de ventas que también viene a ser la subcategoría más alta de ventas es de Zafiro (35% de ganancia por la venta de cada producto), el puntaje mínimo de ventas de pedidos es 2000 puntos y la sexta franja de ventas que también viene a ser la subcategoría más alta de ventas es para Diamante (con el 40% de ganancia) el puntaje mínimo de pedidos es de 5000 puntos. De todo este sistema de ventas se aprecia que las colaboradoras por catálogo de Natura inician su carrera de ventas desde los sub niveles más bajos, y depende de la cantidad de productos que vendan en cada campaña para ir escalando en la estructura de ventas multinivel.

El segundo nivel en las ventas por catálogo está ocupado por las líderes, pero para poder acceder a esta categoría es necesario que primero haya logrado pasar todas las franjas de venta o sub categorías antes mencionadas una vez que sus ventas ocupen el nivel de Zafiro, las colaboradoras recién quedarán habilitadas para postular a la categoría de líderes, es precisamente en esta categoría donde se evidencia la presencia de una relación jurídica laboral, por la configuración de los tres elementos esenciales de prestación de servicios, subordinación y remuneración que se requieren para su configuración.

Ahora bien, una vez entendido el funcionamiento de la escala en el sistema de ventas multinivel de la empresa de cosméticos Natura, pasaré a exponer los hechos y argumentos por los cuales se verifica la existencia del primer elemento, es decir la prestación personal de servicios.

Lo primero es que según el sistema de ventas multinivel sólo las colaboradoras que alcancen la meta de 5000 puntos de venta y ocupen la franja de Zafiro, que viene a ser el sub nivel más alto en la primera categoría de venta por catálogo, quedan habilitadas para ascender a la categoría de líderes, de este modo el modelo de ventas multinivel de Natura logra filtrar o seleccionar de algún a las

colaboradoras con mayor capacidad de ventas; una vez allí si la colaboradora lo desea y cuenta con el tiempo disponible manifiesta su voluntad de ascender y pertenecer a ser una líder en ventas de Natura, para formalizar es necesario que la colaboradora comunique su petición a líder de su sector según refiere la entrevistada, les piden que presenten su copia de DNI y su currículum vitae, para que luego sea presentado a la Gerente de Natura en Cajamarca y esta a su vez se encargará de enviar dicha información a los representantes de la empresa en Lima; es último quién se encarga de evaluar el currículum vitae de la postulante, sin embargo el factor decisivo para su admisión es la trayectoria en sus ventas, se toman en cuenta factores como el tiempo que la colaboradora lleva vendiendo productos de Natura, que no se haya retrasado en los pagos de sus pedidos, que ocupe la franja o Sub Nivel de ventas Zafiro, y que se mantenga constante en la cantidad de pedidos que realiza, esta decisión también es consultada con la Gerente de Cajamarca, quién le proporcionará información acerca del desempeño en las ventas que haya tenido la colaboradora postulante a la categoría de líder.

Una vez tomada la decisión tomada por el empleador Natura de admitir en la categoría de Líder a la colaboradora postulante, en algunos casos el representante Lima viene al departamento, en este caso Cajamarca y junto con la Gerente de cada región, se reúnen

directamente con la colaboradora postulante para comunicarle la decisión de su admisión y para hacerle firmar un contrato en el cual, según recuerda la entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019), empresa les asigna un sector (lugar del cuál estarán a cargo), así mismo la líder se compromete a participar obligatoriamente de las capacitaciones, a captar e inscribir a más vendedoras por catálogo, a supervisar las ventas de sus inscritas y a pasar una mayor cantidad de pedidos; así también se les informa de los beneficios que tendrán al conformar la categoría de líderes, entre ellos un mayor porcentaje de ganancia por los productos que vendan, regalos de kits de productos de belleza o algunos accesorios, bonos otorgados por la empresa a cambio de inscribir a más vendedoras, el porcentaje de ganancia que tendrán por los pedidos que pasen sus inscritas, capacitaciones en Lima con todo pagado y algunos viajes de capacitaciones al extranjero. Después de firmar el contrato la nueva líder queda comprometida para iniciar sus actividades cuanto antes; vale precisar que, la Gerenta o el encargado de Lima (dependiendo de quién esté presente) se encargan de llevar el documento firmado, en ningún momento se entrega copia alguna de dicho documento a la líder que acaba de firmarlo, la razón de esto es desconocida para ellas, pero siempre sucede de esta manera.

Hasta allí se aprecia con claridad que, son las partes en este caso colaboradora (trabajador) y la empresa Natura (empleador), quienes por mutuo acuerdo celebran un contrato de trabajo en el cual el empleador asigna una zona o sector en el cuál la líder deberá desarrollar sus actividades, así mismo el empleador establece los servicios o funciones que deberá desempeñar cada líder en su sector por ejemplo, a participar obligatoriamente de las capacitaciones, a captar e inscribir a más vendedoras por catálogo, a supervisar las ventas de sus inscritas, a pasar una mayor cantidad de pedidos de manera continua, a cumplir con pagar los pedidos en el tiempo estipulado y de esta forma cumplir siempre con meta de pasar un aproximado de S/ 16.000.00 de pedidos por cada campaña; a su vez el empleador también le informa los beneficios que recibirá por prestación de dichos servicios. Una vez firmado el contrato de trabajo la líder se encarga de ejecutar la prestación de trabajo allí establecida en el menor tiempo posible para que su empleador

Natura pueda utilizar y aprovechar en su beneficio, las actividades antes mencionadas y las ventas que realice la nueva líder.

Además de establecer la prestación de servicios y las funciones que han de realizar las líderes, es importante recalcar que tanto la contratación y por ende la prestación de servicios se realiza, con una persona natural y de forma directa entre la empresa Natura y la

colaboradora postulante a la categoría de líder; dejando a disposición del empleador celebrar el contrato de trabajo con la persona que él crea conveniente para desarrollar mejor las funciones propias del cargo, en el caso investigado Natura selecciona a las colaboradoras que realicen la mayor cantidad de ventas para contratarlas como líderes en las ventas de sus productos. De esta manera se cumple con los requisitos adicionales de la prestación de servicios que establece el Art. 38 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

En cuanto a la prestación de servicios propiamente dicha, anteriormente se ha dejado claro que, dichas actividades son designadas por la empresa y también son estipuladas en el contrato de trabajo que celebran las partes; sin perjuicio de ello desarrollaré la prestación de servicios que se encargan de ejecutar las líderes en favor de su empleador Natura:

- A)** Vender por ella misma productos de Natura.
  
- B)** Captar más vendedoras, he inscribirlas para que vendan los productos de su empleador, registrar sus datos completos de cada colaboradora (nombres completos, teléfono, dirección, edad y lugar de ventas) y hacer una lista de todas las inscritas a su cargo.

**C)** Supervisar y controlar la actividad productiva de las colaboradoras, existen tres formas de hacerlo: la primera es por "monitoreo", esto consiste en mantenerse siempre en contacto con las colaboradoras, para entregarles el catálogo, llamarlas constantemente o usar algunas redes de comunicación social para preguntarles si tienen pedidos, para informarles de las ofertas, promociones, los lanzamientos de nuevos productos según sea la campaña y sobre todo para preguntarles cómo van en sus ventas, avisarles que hay nueva campaña, para alertarlas de que se vence el plazo para que pase pedido o para que paguen, además de ello una ex líder entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019) refiere que las consultoras por lo general suelen llamar constantemente para preguntar sobre algunos productos, ofertas, promociones, o para que las líderes les aclaren algunos inconvenientes que tienen las colaboradoras para acceder a sus cuentas personales de la aplicación Natura. La segunda forma de control es mediante "visitas" esto consiste en ir de casa en casa o al local donde las colaboradoras promocionen sus productos, informarles directamente sobre las ofertas, promociones, registrar los pedidos, incentivarlas para que sigan vendiendo, la forma más común de incentivarlas es obsequiándoles algunos productos de belleza o accesorios, que la empresa misma envía a cada líder para que estos a su vez sean repartidos a las colaboradoras y logren incentivar sus ventas. La

última forma que tienen las líderes para controlar las ventas o pedidos de las colaboradoras, es mediante una plataforma de internet, específicamente una aplicación que les facilita y otorga Natura, cada líder ingresa a esta aplicación con un código o clave asignado por la empresa, dentro de dicha aplicación las líderes también ingresan el código de la colaboradora que desean supervisar y allí aparece todo el registro de ventas anteriores, los nuevos pedidos e incluso cuanto es el monto que adeuda.

**D)** En función a la supervisión de la cantidad de ventas que realizan las consultoras más las ventas de la líder a su cargo, es que éstas últimas tienen la obligación de pasar un puntaje mínimo de 500 puntos en pedidos, equivalente a S/ 15.000 como mínimo, por cada campaña que dura 21 días.

**E)** Ser constante en los pedidos y pagar puntualmente cada campaña.

De lo expuesto hasta el momento se verifica que las vendedoras por catálogo que ocupan la categoría de líderes, firman voluntaria y directamente un contrato de trabajo con empresa Natura, en el cual se establecen la prestación de servicios o funciones que deberán desarrollar como líderes de venta en los productos de belleza de la empresa Natura, evidenciándose así la existencia el primer elemento que existencia de una relación jurídica laboral en la relación de trabajo

entre las vendedoras por catálogo con rango de Líderes y la empresa Natura.

### **3.1.2. Existe una contraprestación económica con carácter remunerativo**

La ley de Productividad y Competitividad Laboral menciona dos aspectos muy importantes respecto del remuneración, el primero se desprende del Art. 4 del mencionado cuerpo normativo, el cual se establece lo siguiente: "(...) en toda prestación personal de servicios remunerados y subordinados se presume, salvo prueba en contrario la existencia de un trabajo por tiempo indeterminado (...)", verificándose así que la propia ley laboral considera a la remuneración, junto con la prestación personal de servicios (desarrollada en el ítem anterior) como un elemento determinante para la existencia de una relación. El aspecto tiene que ver con el carácter contraprestativo y lo desarrolla el Art. 6 de la mencionada ley: "Constituye remuneración para todo efecto legal el íntegro de lo que el trabajador recibe por sus servicios, en dinero o en especie, cualquiera que sea la forma o denominación que tenga siempre que sea de su libre disposición (...)", poniendo en manifiesto que la retribución otorgada en el contrato de trabajo, se le otorga al trabajador de manera contraprestativa por poner a disposición del empleador su actividad productiva (Neves, 2004). Si bien es cierto la característica principal de la remuneración laboral, es el carácter contraprestativo que ostenta, no es la única que trae

consigo el precitado artículo, como se aprecia esta remuneración bien puede ser en especie o en dinero, entendiendo a la primera como frutos u objetos (RAE, 2009); sin perjuicio de ello, el bien predominante al momento de otorgar la remuneración es el pago en dinero y tratándose de otros objetos estos son aceptables si sirven para el consumo del trabajador o este puede venderlos sin dificultad en el mercado a un precio equiparable a la suma adeudada. (Mujica, 2004, p. 35). Además de ello, el mencionado Art. 6, establece que la remuneración sea de libre disposición del trabajador, es decir que, nadie debe interferir en la disposición del dinero ganado por este último.

Ahora bien en el caso investigado, se verifica que el pago que reciben las líderes, especialmente por los conceptos de inscribir a más vendedoras y el porcentaje que reciben de la empresa por las ventas que realizan sus inscritas en el presente caso cada líder gana un porcentaje por los pedidos o ventas que realizan las colaboradoras que inscriban, dicho porcentaje es previamente fijado por la empresa y oscila entre el 20% y el 15% del total de las ventas que realicen las inscritas por cada campaña, esto equivale a S/ 500.00 o S/ 800.00. Respecto de la primera actividad la empresa paga a cada líder un porcentaje por inscribir a más vendedoras, por ejemplo: por 10 inscritas cada tres campañas, Natura paga entre S/. 1000.00 y S/ 800.

00; en ese sentido una líder podía percibir, a parte de las ventas que ella realizara por su propia cuenta, un aproximado de S/ 1800.00 cada campaña, es decir, cada 21 días; obviamente el monto de las ganancias varía según la cantidad de inscritas que se tenga y sobre todo en función del porcentaje total que fije la empresa por los pedidos que pasen las inscritas de las líderes. Ahora bien, el pago que perciben las líderes por realizar dichas actividades son de carácter contraprestativo, porque las mencionadas labores son las pactadas en el contrato de trabajo, y es justamente por esta puesta a disposición y realización de sus servicios, la razón por la cual el empleador retribuye económicamente a las líderes de cada sector.

Respecto al pago en dinero o en especies, que establece el Art. 6 de la Ley de productividad y competitividad; como se mencionó en el párrafo precedente Natura paga una remuneración a las líderes en dinero, en función a un porcentaje previamente fijado por la empresa, que varía según cada campaña sin embargo oscila entre el 15% y 20% (equivalente a S/. 500.00 y S/. 1000.00) del cúmulo total de pedidos que pasan las colaboradoras inscritas de cada líder, adicionalmente la empresa les paga en entre S/. 800 y S/. 1000 soles por inscribir a más de 10 colaboradoras cada 3 campañas; evidentemente hasta el momento el bien predominante en pago a las líderes es en dinero. Sin perjuicio de ello, entrevistada menciona que normalmente Natura les

regala ciertos productos o accesorios a cada líder, a manera de compensar la actividad que realizan.

Hasta el momento se verifica que las líderes perciben una remuneración por parte de Natura, por realizar dos actividades: inscribir a más vendedoras y por los pedidos que pasen dichas inscritas; sin embargo la empresa de manera fraudulenta omite el pago por las actividad que ocupan la mayor parte de tiempo a las líderes, es decir, que no remunera las siguientes actividades: registrar, inventariar, actualizar los datos de sus inscritas, supervisar y fiscalizar constantemente la actividad productiva de las colaboradoras que se encuentren bajo el cargo de las líderes (dependiendo del sector); la empresa no retribuye económicamente dichas actividades productivas, y menos reconoce a las líderes como trabajadoras dependientes de Natura, por una simple razón, por ahorrar y economizar gastos, por ello decide suprimir sus costos laborales, encubriendo todas las actividades que realizan las líderes en la venta multinivel; de tal manera que seleccionan y convencen a las colaboradoras que tengan mayores y mejores ventas para que entren en la categoría de líderes, en la cual (según venden la idea) las líderes tendrán mayores ingresos económicos y más beneficios como, presentes de empresa, capacitaciones y viajes a nivel nacional e internacional; hasta que las colaboradoras seleccionadas aceptan

ascender a la categoría de líderes, solo por esos beneficios, cuando en realidad están realizando un trabajo directo para Natura, sin ser reconocidas como tales por la empresa y menos amparadas por la ley Laboral. Esta situación es desarrollada de forma genérica por la OIT, como empleos atípicos, y de manera más específica como empleos encubiertos; que hacen referencia a las distintas modalidades de empleo, los cuales difieren del empleo tradicional; retomando a la subclasificación de empleos encubiertos, se encuentran dentro de las zonas grises del derecho laboral, donde las relaciones de trabajo resultan ambiguas y poco claras, generando incertidumbre en la situación de los trabajadores, incertidumbre que inevitablemente conlleva a la vulneración de los derechos laborales del trabajador, la OIT cita un ejemplo en el cual el trabajador presta sus servicios bajo un contrato diferente al contrato de empleo, pero sus ingresos dependen de dicho trabajo, y además recibe instrucciones directas de cómo realizar el trabajo (OIT, 2017, p. 7). Tal es el caso que, las líderes de Natura se encuentran tras un empleo encubierto, en el cuál la empresa las emplea como trabajadoras independientes dando una apariencia totalmente distinta a la realidad subyacente de trabajo directo en la que se encuentran, con la intención de evadir y de esta forma anular completamente la protección que la Ley de Productividad y Competitividad laboral otorga a los trabajadores dependientes en el sector privado.

En cuanto a la última característica de la remuneración, que viene a ser la libre disposición de la misma por el trabajador, es importante precisar que, la contraprestación efectuada por la empresa hacia las líderes por inscribir a más vendedoras y el porcentaje que perciben por los pedidos que realizan sus inscritas, equivalente a la suma de S/. 1800. 000 soles por campaña (cada 21 días), es de su entera disposición; la suma que gana cada líder por realizar dichas actividades en beneficio de Natura, lo dispone la misma líder; sin intervención de la empresa, ellas deciden si la suma ganada lo invierten, lo gastan, lo enajenan o lo ahorran.

De lo antes desarrollado se concluye que el monto otorgado por la empresa Natura a las líderes, en cada campaña, tiene carácter contraprestativo, es decir el pago que perciben es por la puesta a disposición de sus actividades en beneficio del empleador en este caso Natura, además de ello la remuneración que reciben es en dinero, y por último este monto es de su completa disposición.

En lo que concierne a la remuneración es importante desarrollar dos cuestiones adicionales que se verificaron en la presente investigación, la primera está referida al modo en que es efectuada y la segunda a la fuente ingresos que representa para las líderes. Respecto al modo de pago que se les abona a líderes, por inscribir a más vendedoras y

por los pedidos que realizan sus inscritas, vale precisar dichos conceptos son previamente fijados por la empresa, es el empleador quién directamente deposita una remuneración a las líderes la suma que estime pertinente por la realización de estas actividades, sin embargo estos conceptos son fraccionados por empresa, es decir, por cada 10 inscritas cada tres campañas, la empresa les paga entre S/.800.00 a S/. 500.00, y el otro concepto que reciben de forma continua es un porcentaje por total de pedidos que realizan sus inscritas, este porcentaje va desde 15% al 25%, sin embargo esto varía cada campaña según lo disponga la empresa; el empleador es quién calcula (según el porcentaje que fije) cuánto se le abonará a cada líder según los pedidos que realicen sus inscritas; y le deposita directamente al trabajador en este caso las líderes, por la labor que realizan. El segundo dato importante que la remuneración que perciben las líderes por parte de Natura, más las ventas que realizan de forma individual a sus clientes, es el único ingreso económico que perciben, este aspecto ciertamente revela que el trabajo de las ventas por catálogo, la actividad de captar a más vendedoras, supervisar su actividad productiva, capacitarlas y capacitarse constantemente para mejorar las ventas de Natura, es un trabajo que requiere dedicación a tiempo completo por parte de las líderes; esto implica que los ingresos que perciben por desarrollar todas las actividades es el único sustento económico para financiar sus necesidades básicas, de ellas mismas y para sus hogares.

### **3.1.3. Se materializan las características de subordinación**

Bajo la premisa del Art. 4 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral se presume la existencia de un contrato de trabajo a tiempo indeterminado, en toda prestación personal de servicios remunerados y subordinados; incorporando y completando así a la subordinación como uno de los tres elementos esenciales para determinar la existencia de una relación de trabajo; este último elemento debe ser entendido como aquel vínculo jurídico entre el deudor y el acreedor del trabajo, de hecho sucede cuando el primero ofrece su actividad de trabajo al segundo y le confiere a este la potestad de dirigirla; este vínculo jurídico ciertamente implica una sujeción por parte del trabajador a la dirección del empleador, precisando que la subordinación del trabajador frente al empleador se limita a controlar y dirigir solamente la actividad pactada para la trabajo.

Ahora bien según lo desarrollado en el Art. 9 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, la subordinación a su vez se encuentra compuesta por las siguientes características: dirigir, fiscalizar y sancionar, sin duda las tres son facultades propias del poder de dirección que tiene el empleador, por la primera caracteriza el acreedor de la prestación, puede impartir instrucciones de forma genérica para todos los trabajadores como sucede en el reglamento

de trabajo, o de forma específica destinadas al trabajador en concreto, dichas instrucciones se establecen en el contrato de trabajo, allí el empleador se designa el lugar de trabajo, las actividades que van realizar, la jornada laboral, la remuneración; en concreto dirige la actividad productiva que realizará el prestador del trabajo. Además de ello el empleador tiene la facultad de supervisar o fiscalizar el cumplimiento adecuado de las funciones y obligaciones del trabajador y en caso de constatar la inobservancia de los deberes propios de la relación de trabajo o de la comisión de alguna falta establecida en la ley, el empleador tiene potestad de sancionar a su empleado, garantizando en todo momento el debido proceso antes de su sanción definitiva.

En el caso investigado existe un vínculo jurídico entre el deudor del trabajo, es decir, las líderes y el acreedor del mismo que vendría a ser Natura, en esta relación las líderes ofrecen su actividad de trabajo a su empleador Natura a cambio de una retribución económica, confiriéndole voluntariamente el poder de conducir sus actividades de trabajo; evidenciándose así una sujeción de las líderes al poder de dirección de su empleador Natura. Siguiendo el desarrollo de las características de la subordinación, se aprecia que, si bien es cierto las líderes de Natura no cuentan con un reglamento de trabajo impartido por la misma, su empleador sí establece instrucciones para

el desarrollo del trabajo desde el inicio, mediante el contrato de trabajo que firman las líderes para pertenecer a dicha categoría, en este documento el empleador establece un puntaje mínimo para la venta pedidos, equivalente a S/ 15. 000.00 por campaña, además de ello asigna a las líderes el lugar de trabajo, o también denominado sector, el cual estará bajo el cargo de la líder, en dicho lugar las líderes tiene la obligación de controlar la actividad de ventas que realicen las colaboradoras de su sector, además de ello, su empleador establece que cada campaña inscriban a más vendedoras (mínimo cuatro) y de esta manera las ventas a favor de Natura sean mucho mayores; todas estas indicaciones son emitidas como parte del poder de dirección que ostenta el empleador.

En cuanto a la fiscalización que ejerce Natura sobre las líderes, se ha demostrado según la entrevista (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019), que dicho control se manifiesta de cuatro maneras, primera y la más común es a través mensajes de WhatsApp y continuas llamadas telefónicas realizadas por la Gerenta de Natura en Cajamarca, es ella la encargada de llamar constantemente a las líderes para supervisar como van las ventas, preguntarles si han inscrito a más vendedoras, pero sobre todo la Gerenta las llama a presionarlas para que las líderes lleguen a la meta del puntaje mínimo de ventas exigido en cada campaña, equivalente S/ 15.000.00 en

pedidos, esta meta puede realizarse, como se mencionó anteriormente las líderes tienen bajo su responsabilidad un determinado sector, en el cual hay muchas otras colaboradoras (vendedoras) de Natura, en ese sentido las líderes controlan y promueven la venta de productos Natura de las colaboradoras que se encuentran en su sector, de esta manera logran llegar a la meta de ventas tan elevada cada campaña.

Según la refiere la entrevistada (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2019) La supervisión que reciben las líderes, era ciertamente la presión que recibían de la Gerenta para llegar a la meta (puntaje mínimo de ventas) por campaña, la manera más frecuente de presionarlas era comparando el desarrollo de actividades que tenía una líder con otra de diferente sector, por ejemplo: la Gerente llamaba a la líder que tenía a cargo las ventas en el Sector de Chota para decirle que la líder del Sector San Martín en Cajamarca ya llegó a la meta mientras que la primera aún no, en función a esto la Gerente les reprochaba que no están trabajando lo suficiente, que no son competentes, y que deben apresurarse para cumplir las metas o de lo contrario serían retiradas de dicha categoría y dejarían de percibir los beneficios e ingresos que esta categoría supone.

La segunda modalidad de fiscalización, para supervisar la actividad productiva de las líderes también lo realiza la Gerenta de Natura en Cajamarca, pero a través de las colaboradoras que se encuentran bajo responsabilidad de las líderes valiéndose del sistema de ventas multinivel, en virtud a ello la Gerenta para quedar bien con las colaboradoras y sobre todo para supervisar el trabajo de las líderes, cada vez que conoce a las nuevas vendedoras les informa que: como nueva colaboradora de Natura tienen como Líder de su sector a determinada persona, que dicha líder será la encargada de entregarles los catálogos, informarles de promociones que trae cada campaña, de pasar sus nuevos pedidos, y estar siempre dispuesta de resolver cualquier inconveniente que tengan las colaboradoras de su sector; además de ello la Gerenta también comunica a las colaboradoras que si en algún momento la líder de su sector no contestase el teléfono para resolver sus dudas, o en general no cumpla con las funciones antes mencionadas, las colaboradoras pueden comunicar directamente a la Gerenta dicho incumplimiento de las Líderes. De esta manera la representante directa de Natura controla el trabajo de cada líder en su sector y comunica constantemente a la empresa su rendimiento.

La tercera forma de supervisar la producción de las líderes también lo realiza la Gerenta de Natura en Cajamarca, pero a través de reuniones

mensuales, la mayoría de ellas en la ciudad de Cajamarca, en dichas reuniones solo participan las líderes de todos los sectores de Cajamarca y la Gerenta; primero la Gerenta informaba a las líderes sobre las promociones que traía cada campaña, repartía algunos folletos informativos sobre ciertos productos, preguntaba cómo van las ventas y al finalizar estas reuniones otorgaba premios a la líder que más ventas ha realizado en su sector; si bien es cierto estas el premio se otorga más que todo como incentivo, no se debe dejar de lado que el empleador supervisa el trabajo de todos sus empleados y después de medir su productividad le otorga una recompensa al trabajador que haya demostrado mejor desempeño en sus funciones, y de esta manera motivar al trabajador premiado para siga manteniendo su productividad, e incentivar a los demás empleados para que mejoren sus actividades productivas.

La última forma de supervisión, pero no la menos importante lo realiza directamente el empleador, a través de una aplicación por internet llamada Natura, la cual están obligadas a descargarla en sus teléfonos celulares, para acceder a esta aplicación es necesario introducir un código el mismo que es previamente proporcionado su empleador, las líderes están obligadas registrar con sus respectivos códigos a las nuevas vendedoras que ellas inscriban, además las líderes también están obligadas a introducir dentro de esta plataforma virtual todos los

pedidos de productos que realizan, tanto la propia líder y de todas las colaboradoras de su sector que se encuentren bajo su cargo; de esta manera Natura supervisa cuántas ventas realizan cada líder, cuantas nuevas vendedoras inscriben, cuantas colaboradoras en total tienen bajo su cargo, contabilizan cuantos pedidos pasan estas vendedoras, si pagan puntualmente o si adeudan, que productos son los que más venden, y en general Natura fiscaliza toda la actividad productiva de ventas que realizan las líderes de cada sector y también el control que realizan estas últimas sobre sus colaboradoras para mejorar la venta de productos en el sistema multinivel.

En cuanto a la última característica del elemento de subordinación, es importante desarrollar que en el caso investigado se ha demostrado que el poder sancionador de Natura hacia las líderes se manifiesta cuando las líderes no llegaban a la meta, es decir a pasar el puntaje mínimo de pedidos por cada campaña, equivalente a S/ 15.000, las sanciones eran relativamente graduales, en un primer momento si no llegaban a la meta, la Gerente de Natura en Cajamarca les reprochaba o llamaba la atención por el incumplimiento de las obligaciones que exige dicha categoría, y en el supuesto de que si en tres campañas consecutivas no llegasen a la meta, las líderes bajaban de categoría al nivel de las consultoras, ello significa que dejaban de percibir el porcentaje de dinero que recibían por las ventas que realizaban sus

vendedoras inscritas, así mismo la empresa dejaba de pagarles el dinero que recibían con el concepto de inscribir a más colaboradoras o vendedoras, dejaban de participar las capacitaciones de Lima y la Gerente de Cajamarca dejaba de considerarlas para las reuniones mensuales que se realizaban en Cajamarca. El segundo supuesto de sanción mucho más grave, se configura cuando una de las líderes no pagan a la empresa por los pedidos realizados, en este caso las líderes son automáticamente desactivadas del sistema de Natura y por último son reportadas al Registro Nacional de Deudores, para que las demás entidades financieras la consideren como morosa y no pueda obtener créditos y para que las demás empresas que se dedican al rubro de venta de productos o accesorios de belleza por catálogo tengan conocimiento de su deuda y eviten contratarla como vendedora.

En este punto es importante precisar que si bien es cierto la subordinación puede que no se manifieste de una forma tan directa como en los trabajos tradicionales, ello no significa que no la haya, por el contrario se debe tener en cuenta la naturaleza de las actividades y su pertenencia a los nuevos sistemas productivos en este caso el sistema de ventas multinivel de Natura; en ese sentido se debe considerar que el trabajo desarrollado por las líderes no es un centro de trabajo físico como, si no que sus actividades se distribuyen

en base a determinados sectores (previamente asignados por la empresa), además las pautas generales de trabajo son siempre emitidas por su empleador, por ejemplo se les exige vender más productos de Natura, captar más vendedoras y supervisar la actividad de las mismas. Sin embargo por la naturaleza misma de las labores, las líderes en venta de Natura cuentan con mayor autonomía al momento de realizar su trabajo, sin dejar de depender de las órdenes de su empleador, por ello no siempre es necesario que las líderes comuniquen a su empleador o a los representantes del mismo cada vez que ofrecen un producto de venta, cada vez que salen para captar a más colaboradoras o cuando realizan el monitorio presencial o por otro medio de comunicación de las ventas que ejecutan las colaboradoras de su sector; en estos casos no es necesario que el empleador este constantemente vigilándolas pues pautas generales de trabajo antes mencionadas son suficientes para realizar y coordinar la actividad productiva de ventas que realizan las líderes de Natura en cada sector

Sin perjuicio de ello, debe quedar claro que: es Natura el empleador quién establece las pautas generales de trabajo y aunque las instrucciones sean mínimas ello no elimina la subordinación, que la prestación de servicios se realiza bajo la dirección y el control de Natura (mediante la aplicación de internet) y de sus representantes directos que son la Gerentes de Natura en cada departamento

(llamadas telefónicas, reuniones y a través de las colaboradoras); y si por algún motivo incumplen la prestación de servicios o las instrucciones generales del empleador, este último tiene la facultad de extinguir el vínculo jurídico laboral que existe entre ambos.

#### **3.1.4. Se evidencian indicios de laboralidad: como el trabajo por cuenta ajena y uso de marcas de terceros**

En la presente investigación los indicios de laboralidad en las ventas multinivel que realizan las líderes de Natura, son analizados a la luz de los nuevos sistemas productivos, para ello se toma en cuenta la gran influencia de la tecnología en el contexto actual, la misma que ha dado lugar a nuevos y más sofisticados medios productivos, que tienden a evolucionar hacia una dependencia más sutil, teniendo como herramientas a sofisticados métodos de organización tecnológicos para aparentar un supuesto distanciamiento o desconexión entre el empleador y el prestador de servicios, por ello debe considerarse a la flexibilidad como un criterio determinante en la relación laboral en especial para la subordinación y dependencia. En ese mismo orden de ideas, el autor considera que la subordinación jurídica a la persona del empresario, ha dado paso a la subordinación tecnológica o dependencia digital, pues es mediante las aplicaciones que se logra

transmitir órdenes e indicaciones emitidas por la empresa, para desarrollar la prestación de servicios (Gorelli, 2019).)

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, se desarrollará los indicios de laboralidad encontrados en el caso investigado de la prestación que realizan las líderes en beneficio de su empleador Natura.

El primero de ellos obedece al trabajo por cuenta ajena, como en este tipo de trabajo, el prestador voluntariamente pone a disposición del empleador determinadas actividades, las cuales serán aprovechadas por este último a cambio de una contraprestación económica, esta relación implica: dependencia del trabajador hacia las pautas de trabajo establecidas por el empleador, ejecución de las decisiones del empleador respecto del trabajo, enajenación de los frutos o del resultado final del trabajo para el aprovechamiento de los mismos (Boza, 2014).

Ahora bien, en el caso investigado la prestación que realizan las líderes: captar más vendedoras, capacitar supervisar la actividad productivas de las colaboradoras que se encuentren en su sector, forma parte esencial del tráfico de la empresa, adicionalmente a ello Natura establece un sistema de selección para ocupar la categoría de líderes, dicho proceso se encuentra condicionado al sistema de ventas

multinivel, el mismo que según sus categorías va depurando y seleccionando a la colaboradoras con mayor cantidad de ventas, para luego admitirlas en la categoría de líderes, también existe un control de dirección directamente ejercido a través de la Gerente de Natura en Cajamarca y por la misma empresa mediante la aplicación de Natura por internet, el mismo que ha sido desarrollado oportunamente en la hipótesis C del presente trabajo.

Otro indicio de laboralidad relacionado con la ajenidad del trabajo es que, las líderes de Natura carecen de organización empresarial, en este punto hay que tener en cuenta dos aspectos muy importantes el primero está relacionado a la naturaleza misma de las actividades que realizan las líderes, y el segundo se refiere a la ejecución de las decisiones empresariales por parte de las líderes; respecto al primer aspecto, vale recalcar que las líderes gozan de cierta autonomía al prestar sus servicios a natura, porque dicha actividad no se realiza en un establecimiento visible o palpable de trabajo, como una fábrica o alguna institución, por ello las líderes realizan su trabajo en un determinado sector previamente establecido por Natura, en este ámbito de trabajo las líderes deben: vender más productos hasta llegar a la meta de ventas fijada por la empresa en cada campaña, reclutar más vendedoras y controlar las ventas de todas las colaboradoras que se encuentren en su sector de trabajo, todo ello conlleva a que las líderes a realizar el trabajo previamente fijado por su empleador con

un cierto margen de autonomía, pues no siempre será imprescindible que las líderes avisen a la Gerenta de Cajamarca, cada vez que entablan una conversación con una posible vendedora para luego convencerla que se una a las colaboradoras en venta de Natura, pues la situación para captar a más vendedoras puede presentarse en una reunión familiar, reunión de padres en el colegio (si es que la líder tuviese hijos), una conversación entre vecinos, etc, por eso las oportunidades que tienen las líderes para captar más colaboradoras resulta ser muy versátil; y aunque no sea imprescindible comunicar a la Gerente de las posibles oportunidades que tengan para captar más vendedoras, siempre será obligatorio informar tanto a la Gerente (usualmente por medio telefónico) y a Natura (mediante la plataforma) de su nueva recluta para las ventas. En el mismo sentido tampoco será necesario que las líderes comuniquen a la Gerente cada vez que salen de su casa a realizar monitorio de sus colaboradoras, o todas las veces que llaman para preguntar cómo van sus ventas, para que cumplan con los pagos a tiempo, o cuando reciben llamadas de estas últimas para pasar sus pedidos, y en general para absolver cualquier tipo de dudas por parte de sus colaboradoras; así pues no resulta imprescindible comunicar de todas las actividades antes mencionadas a la Gerenta de Cajamarca, pues resultaría saturado y abrumador para ella y para el mismo sistema de ventas multinivel de Natura impuesto por el empleador; sin perjuicio de ello, si es obligatorio para las líderes informar tanto a la Gerente de Natura en Cajamarca y la misma

empresa, a través de un registro si he captado a más vendedoras, el número exacto de colaboradoras, sus datos personales, ocupación y su fecha de ingreso, así también resulta obligatorio para las líderes informar sobre los pedidos de sus colaboradoras, pero sobre todo monitorear las ventas de estas últimas pues en función a ello, logrará que su sector llegar al exigido mínimo de ventas.

En cuanto a la carencia de organización empresarial y a la ejecución de decisiones empresariales por parte de las líderes, se verifica que el sistema multinivel, es un método estructurado de ventas, y según la investigación Natura es quién ha copiado y utiliza este sistema para lograr mejores ventas en sus productos; es así que, desde que se inician en las ventas por catálogo y a medida que vayan escalando hasta llegar al nivel de líderes; se aprecia que estas solo integran y acoplan para formar parte de un sistema ya esblencado previamente fijado por la empresa en este caso su propio empleador; como consecuencia de esta integración al sistema de ventas multinivel de Natura, las líderes una vez que son seleccionadas para acceder a dicha categoría, son llamadas para firmar un contrato de trabajo con la empresa, es allí donde la Gerenta de Natura en Cajamarca y en ocasiones el responsable de la empresa viene de Lima para darles las indicaciones y pautas generales a la nueva líder de las actividades que debe desarrollar al formar parte de esta categoría; es así que las líderes al momento de desarrollar las actividades antes descritas, aún

con el margen de autonomía que gozan por la naturaleza misma de las actividades, solo están ejecutando las órdenes antes impartidas por el empleador; en ese sentido, las líderes no deciden cuando acaba ni empieza cada campaña, ni el contenido o diseño del catálogo, ni que productos están en oferta, tampoco establecen el monto mínimo de ventas para cada categoría; todas decisiones empresariales las toma Natura sin consultar y menos tener en cuenta las opiniones de las líderes; en consecuencia las líderes se acoplan a un sistema de ventas multinivel previamente establecido por la empresa y se encargan de ejecutar las órdenes o indicaciones establecidas por la misma y por ello las líderes carecen de organización empresarial.

De otro lado cabe recalcar que la libertad horaria de las líderes en ventas de Natura, se encuentra condicionada al sistema multinivel y los incentivos que este ofrece para cada una de sus categorías, dichos incentivos abarcan desde retribuciones monetarias en base a porcentajes, premios en productos e incluso viajes dentro y fuera del país; dicho sistema de incentivos repercute directamente en el tiempo que dedican las líderes para cumplir con las obligaciones pactadas en el contrato de trabajo, es decir, que para cumplir la meta de ventas en cada campaña, deberán dedicarle más tiempo a ejecutar las prestaciones de trabajo propias de las líderes, de esta manera podrá percibir la retribución económica por cada campaña en base al 15% y 20% que le corresponde por las ventas de sus colaboradoras y

también los incentivos en productos o viajes fuera del país con todo pagado; ahora bien para alcanzar dicha remuneración e incentivos, como se mencionó anteriormente la líder debe ocupar más tiempo para vender más productos pero sobre todo dedicar más tiempo monitoreando las ventas que realizan las colaboradoras de su sector y así poder llegar a la meta de ventas en cada campaña; lo mismo sucede con la obligación de captar a más vendedoras, como mínimo deben ser cuatro o cinco por campaña, pero si las líderes quieren tener una mayor retribución por esta prestación, ellas también deben dedicar más tiempo a captar más colaboradoras en su sector, y por ende percibirán mayor retribución económica; es importante señalar que, aun cuando las líderes no cuenten con centro físico de labores, ni un horario fijado con el empleador; el trabajo que realizan para llegar a la meta de ventas en cada campaña, requiere de tiempo completo, es decir todos los días, según el testimonio de una ex líder (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre el 2019) cada líder tiene como mínimo 100 colaboradoras bajo su cargo, ello implica que para cumplir con la prestación de servicios en favor de Natura su trabajo empieza desde las 8.00 am hasta las 10.00 pm, durante este lapso de tiempo las líderes distribuyen sus actividades, para vender productos, monitorear las ventas de sus colaboradoras y para captar a más vendedoras, esto incluye salidas constantes a los locales de sus colaboradoras y disposición permanente a recibir y devolver llamadas telefónicas para pasar pedidos, para absolver dudas, cobrar deudas

de pedidos, informar sobre promociones, etc; vale precisar que muchas de las llamadas recibidas de sus colaboradoras no respetaban la hora de almuerzo o cena, ni días de descanso familiar como domingos o feriados, algunas colaboradoras las llaman incluso en altas horas de la noche y muchas veces por no perder este contacto de venta, pero sobre todo para que dicha colaboradora no se queje con la Gerenta de Cajamarca que no le contestaron la llamada para pasar pedido, las líderes extendían aún más su jornada de trabajo.

Entonces según lo antes mencionado se evidencia que, el horario de trabajo de las líderes es de tiempo completo, por la naturaleza misma de las actividades que realizan y por la presión de llegar a la meta de ventas cada campaña, lo cual ciertamente se encuentra supeditado al sistema de incentivos que ofrece el sistema de ventas multinivel de Natura. En el mismo sentido fue resuelto el caso de Globo, el Juzgado de Social número 1 de Gijón - España, el 20 de febrero del 2019 (como se citó en Puntriano, 2019, p. 148), textualmente señala: Resulta llamativa la pretendida libertad en la elección de horas o franjas horarias, que depende de un sistema de puntuación que hace que el trabajador tenga que plegarse a las exigencias empresariales si quiere configurar un horario que resulte rentable. En suma, la flexibilidad en el horario de trabajo, no es impide que pueda reconocerse la existencia de subordinación.

En esa misma línea de ideas Gorelli (2019) sostiene que, otro indicio de laboralidad para detectar la existencia de ajenidad en el trabajo, en los nuevos sistemas productivos es la apropiación final del resultado de trabajo por parte del empleador, esto se configura a partir de la apropiación directa por parte del empresario de los frutos o del resultado económico desarrollado por el trabajador, de manera que este último simplemente accede a un salario como contraprestación del trabajo realizado, ello supone que el trabajador es ajeno y a los riesgos económicos de la actividad productiva. En ese sentido si bien las líderes se encargan de cumplir con las prestaciones pactadas por la empresa de cumplir con un mínimo de ventas cada campaña, de monitorear la actividad productiva que realizan las colaboradoras y de captar a más vendedoras; el resultado final de estas actividades que vendría a ser vender más productos de Natura y conseguir a más vendedoras para su empresa, es directamente aprovechado por su empleador, es decir que las ganancias obtenidas porque las líderes lleguen a la meta de ventas son directamente aprovechadas por Natura, lo mismo sucede cuando las líderes captan a más colaboradoras, es Natura quién finalmente se beneficiará con las ventas que estas nuevas vendedoras realizarán más adelante; si ello es así, en el caso investigado el empleador de las líderes en este caso la empresa de cosméticos Natura, se apropia del resultado económico final que vendrían a ser las ventas de productos realizadas por el trabajo de las líderes en cada sector.

Según Puntriano (2019) el siguiente indicio de laboralidad se ha de tener en cuenta para detectar ajenidad en el trabajo es cuando el empleador establece pautas de conducta a sus trabajadores para mejorar la actividad productiva en el caso de Natura, en las capacitaciones que recibían exclusivamente las líderes, la Gerente de Cajamarca y el Gerente General de Sectores que venía de Lima, establecen patrones de comportamiento sobre como vender más productos y captar a más vendedoras, por ejemplo: presentarse como líderes que no dejan de ser representantes de Natura, tener amabilidad para llegar al cliente, saludar cortésmente, buen trato, respeto y transparencia, esto último se exige en la entrega de productos que envía la empresa a las líderes para que éstas a su vez entreguen dichos productos como pequeños regalos a las colaboradoras de su sector que hayan tenido mayores ventas y también a las colaboradoras recién inscritas para la venta de Natura. En consecuencia, si las líderes incumplían dichas pautas de conducta, su mal comportamiento afectaba directamente a la reputación de la empresa, teniendo como sanción una inmediata y severa llamada de atención (telefónica o en persona) por parte de la Gerente de Natura en Cajamarca.

El último indicio o síntoma de laboralidad que se ha podido verificar en la presente investigación es el uso de marcas de tercero, en base a lo

desarrollado por Puntriano (2019) esto implica que, toda la prestación realizada por el trabajador, según sea el rubro del servicio siempre será bajo la marca o el nombre de la empresa; en el caso investigado Natura les otorgaba polos y chalecos con el logo y el nombre de su empresa, que debían ser utilizados al momento de realizar el monitoreo de las líderes pero sobre todo cuando las líderes vendían sus productos o captaban a posibles vendedoras en los mercados o lugares públicos; en esas actividades la empresa incluso les proporciona una especie de módulo con los colores y el logotipo distintivo de Natura (Anónimo, comunicación verbal, 12 de diciembre del 2020). En base a ello se verifica que líderes de prestan sus servicios bajo una marca ajena en este caso Natura, por ello es Natura quien publicita su marca no las líderes; en la misma línea de ideas el órgano Judicial Australiano en el caso del conductor Joshua Klooger v/s. Foodora una empresa encargada de repartir comida domicilio estimó las siguientes consideraciones (Como se citó en Puntriano 2019), argumenta lo siguiente: "El prestador de servicios no tiene una actividad comercial o negocio propio o a su nombre, en lugar de eso trabaja para el empleador. Pese al intento de crear la existencia de un acuerdo de contratista independiente, el prestador se integró e involucró en un trabajo como repartidor de Foodora de la empresa; en ese sentido las líderes no ejercen una actividad comercial propia, no tienen un negocio propio o a su nombre, por el contrario realizan su prestación de trabajo para Natura, aun cuando su contratista pretenda

simular un acuerdo independiente, las líderes se involucran en un trabajo de Natura específicamente para ejecutar una prestación de trabajo en beneficio del empleador”.

## CONCLUSIONES

- 3.2.1. Los fundamentos jurídicos para considerar a las vendedoras por catálogo que ostentan la categoría de líderes en Natura son: que se verifica la existencia de los tres elementos fundamentales de la relación jurídica laboral, prestación personal de servicios, subordinación y remuneración; además de ello se evidencian indicios de laboralidad, como trabajo por cuenta ajena y uso de marcas de terceros.
- 3.2.2. Se configura una prestación personal de servicios en las actividades que realizan las vendedoras por catálogo de Natura, específicamente las líderes porque tienen un proceso de selección y postulación previamente establecido por el sistema de ventas multinivel de Natura, porque luego de ello firman un contrato de trabajo a favor de la empresa de cosméticos en el cual su empleador les asigna un sector de trabajo y las líderes se comprometen a realizar las siguientes prestaciones de servicios: llegar a la meta de ventas en cada campaña (S/. 16.000.00), inscribir a más vendedoras y monitorear las ventas de las colaboradoras inscritas en su sector.
- 3.2.3. En las actividades que realizan las vendedoras por catálogo que tienen categoría de líderes se materializan las siguientes características de subordinación: el empleador establece pautas generales y suficientes

para que las líderes puedan realizar sus actividades de trabajo, Natura fiscaliza constantemente la actividad productiva de las líderes mediante la Gerente de Natura en Cajamarca y a través de la aplicación Natura por internet; las sanciones que reciben las líderes por incumplir sus obligaciones son de manera gradual, pueden ir desde una llamada de atención verbal, hasta la inactivación virtual en el sistema de Natura es decir el despido directo.

3.2.4. Las vendedoras por catálogo de productos Natura que ostentan la categoría de líderes en venta, perciben una contraprestación económica con carácter remunerativo a cambio de la prestación de servicios que realizan para su empleador, tal remuneración es calculada y abonada directamente por la empresa hacia las cuentas bancarias de cada líder, por captar más vendedoras y por las ventas que estas últimas realizan.

3.2.5. Los indicios de laboralidad que se presentan en la situación de las vendedoras por catálogo con la categoría de líderes en Natura son: la existencia de un lugar de trabajo, un horario de trabajo moldeado por el sistema de incentivos de la venta multinivel, carencia de organización empresarial por parte de las líderes trabajadoras, su empleador establece pautas de conducta que deben ser cumplidas por las líderes al momento de realizar sus prestaciones.

3.2.6. Las líderes de Natura, realizan las prestaciones de servicios en representación de su empleador, presentándose como tales y utilizando logotipos distintivos y propios de la Marca Natura, como polos, chalecos y los mismos catálogos, por último, es el empleador quién se apropia del resultado final de todo el trabajo desplegado por las líderes, para su aprovechamiento final.

## RECOMENDACIONES

- A)** Se recomienda, ampliar la concepción de los elementos clásicos de la relaciones jurídico laborales, para extender el manto protector del derecho laboral, a situaciones de trabajo no convencionales, como es el caso de las vendedoras por catálogo que tienen la categoría de líderes en ventas de Natura.
  
- B)** Se recomienda un mayor desarrollo, en cuanto a las diversas maneras de efectivización de la prestación de servicios, en los distintos nuevos tipos de trabajo, por ejemplo, en las actividades que realizan las vendedoras por catálogo que cuentan con la categoría de líderes en ventas de Natura.
  
- C)** Se sugiere tener en cuenta, que la subordinación en las nuevas formas de trabajo que traen consigo los sistemas de plataformas, no siempre debe ser evidente; sino suficiente, para desarrollar las actividades productivas, así mismo también debe considerarse que el avance tecnológico, proporciona herramientas de supervisión cada vez más sofisticados; por tanto, el análisis de laboralidad en nuestro país debe mostrarse a la altura de dichas situaciones.
  
- D)** Se recomienda, rescatar y priorizar el carácter contraprestativo de la remuneración, por sobre las formas de concretizar el pago, en las relaciones de trabajo no tradicionales, especialmente el caso de las vendedoras por catálogo que tienen la categoría de líderes en ventas de Natura.

- E)** Proponer una evaluación conjunta de los distintos indicios de laboralidad que se presenten las relaciones de trabajo no tradicionales, que traen consigo los nuevos sistemas de plataformas y la era tecnológica.

### Lista de Referencias:

- (16 de agosto de 2016). Obtenido de Perú Retail: <https://www.peru-retail.com/consumidor-peruano-gasto-belleza-estetica/>
- Acevedo, Á. (7 de marzo de 2019). *Gremio de Cosmética e Higiene Personal*. Obtenido de Cámara de Comercio de Lima .
- Alfred, L. (19 de Noviembre de 2016). *20 minutos*.
- Anónimo. (26 de septiembre de 2010). *SER* . Obtenido de SER: [https://cadenaser.com/ser/2010/09/26/sociedad/1285467207\\_850215.html](https://cadenaser.com/ser/2010/09/26/sociedad/1285467207_850215.html)
- Anónimo. (12 de diciembre de 2019). Trabajo en las ventas por catálogo de la marca Natura . (D. C. Castañeda, Entrevistador)
- Barja, L. (24 de enero de 2019). *SOBREHISTORIA.COM*. Obtenido de SOBREHISTORIA.COM: <https://sobrehistoria.com/todo-sobre-la-revolucion-industrial/>
- Cubillos, C. (2013). Tesis. *La Dimensión Subjetiva del Trabajo en Vendedoras y Vendedores por Catálogo*. Cali, Colombia.
- González, L. (3 de abril de 2019). *Net Work*. Obtenido de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Los-indicadores-de-la-venta-directa-en-peru-estan-en-aumento,1085334.html>
- Lenis, B. (abril de 2015). Tesis. *Venta directa por catálogo en Cali: hacia una conceptualización del trabajo*.
- Lenis, H. B. (abril de 2015). Tesis. *Venta Directa por Catálogo en Cali: Hacia una conceptualización del trabajo*. Cali, Colombia.
- López, A. (19 de noviembre de 2016). *El Curioso* . Obtenido de <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/el-curioso-origen-de-la-venta-por-catalogo/#:~:text=La%20venta%20por%20cat%C3%A1logo%20tiene,comercios%20de%20las%20principales%20poblaciones>

- Mauntauro, M. (julio de 2017). Tesis. *Trayectorias laborales y reproductivas de revendedoras de cosméticos Avon en La Plata – Argentina* . La Plata, Argentina.
- Molina, M. A. (abril de 2014). Tesis. *Plan estratégico de marketing para la comercialización por catálogo de la empresa Veramoda del Cantón Ibarra provincia de Imbabura* . Ibarra, Ecuador.
- MOLINA, M. A. (Abril de 2014). Tesis. *Plan estratégico de marketing para la comercialización por catálogo de la empresa Veramoda del Cantón Ibarra provincia de Imbabura*. Imbabura - Ecuador.
- Mujica, J. N. (2004). *Introducción al Derecho Laboral*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú Fondo Editorial.
- Natura. (2014). Obtenido de <https://www.natura.com.pe/la-natura/nuestra-historia>
- Natura. (17 de marzo de 2019). Obtenido de <http://www.infomarketing.pe/marketing/noticias/23-anos-de-natura-en-peru/>
- Newman, G. D. (2012). El Razonamiento Inductivo y Deductivo. *Lauros*, 183.
- Paan, C. (11 de julio de 2017). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/yanbal-cumple-50-anos-dice-seguiran-liderando-base-innovacion-441479-noticia/?ref=ecr>
- Perez Molocho, N. (2020). *Introducción a la Prueba en el Proceso Laboral*. Cajamarca: Buho UNC.
- Puntriano, C. (2019). La Subordinación en las Nuevas Plataformas de Sericios . *Derecho del Trabajo y Seguridad Social - PUC*, 185.
- Raymond, W. S. (2013). *Derecho del Trabajo Tendencias Contemporáneas*. Lima: EDITORA JURÍDICA GRIJLEY.
- Robles, M. (2015 de noviembre de 2007). Tesis. *Estudio de los elementos que intervienen en la venta directa por catálogo, en una empresa dedicada a la distribución de ropa y productos para el hogar- Guatemala* . Guatemala.

- Serrano, T. B. (diciembre de 14 de 2016). Tesis. *Análisis comparativo del comportamiento de compra que realizan las mujeres entre 20 y 30 años a través de catálogo y canal tradicional en la ciudad de Chiclayo 2016*. Chiclayo, Perú.
- Thompson, I. (21 de mayo de 2012). *Programa de Negocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/negocios-multinivel/multinivel-inicios.html>
- Trabajo, O. I. (2017). *OIT*. Obtenido de OIT: [https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO:12100:P12100\\_INSTRUMENT\\_ID:312522:NO](https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO:12100:P12100_INSTRUMENT_ID:312522:NO)
- Trabajo, O. I. (15 de Mayo de 2019). *OIT*. Obtenido de OIT: <https://www.ilo.org/global/topics/non-standard-employment/lang-es/index.htm#banner>
- Tupperware*. (2017). Obtenido de <https://www.tupperware.es/sobre-nosotros/historia-y-valores>
- Ugarte, C. d. (2019 ). Poder de Dirección y Uso de las Nuevas Tecnologías . *Derecho del Trabajo y Seguridad Social*, 124 - 183.
- Ugarte, O. d. (2019). El Poder de Dirección y el uso de las Nuevas Tecnologías . *Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social*, 124.
- Unique*. (2017). Obtenido de [https://yanbal.com/pe/corporate/es\\_PE/historia?from=menufooter](https://yanbal.com/pe/corporate/es_PE/historia?from=menufooter)
- Vela, A. (2016). *Tratado de Derecho Laboral*. Lima: Pacífico Editores S.A.C.
- Vivot, M. (1998). *Elementos del derecho del trabajo y la Seguridad Social*, . Buenos Aires : Astrea.